

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Comunicación

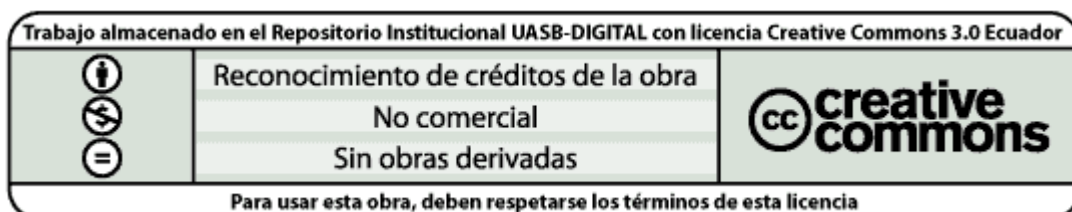
Programa de Maestría en Comunicación

**Causas, determinaciones y efectos de los cambios en la
comunicación de la Radio HCJB desde 1990**

Marlene Isabel Vásconez Dillon

Profesor Tutor: Dr. José Fernando Laso Rivadeneira

Quito, Julio 2015



CLAUSULA DE CESION DE DERECHO DE PUBLICACION DE TESIS

Yo, Marlene Isabel Vásconez Dillon, autora de la tesis intitulada Causas, determinaciones y efectos de los cambios en la comunicación de la Radio HCJB desde 1990, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título Magister en Comunicaciones en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha.

Firma:

RESUMEN

La Radio Pública HCJB, La Voz de los Andes, con su mensaje de fe en Jesucristo inicia sus transmisiones desde el Ecuador a partir de 1931. Este medio masivo alcanza en 1990 una cobertura del 60% del globo terráqueo a través de sus frecuencias AM, FM y Onda Corta. Sin embargo, a partir de la década de 1990 se da inicio a un proceso de cambios sociales con el cual surge un movimiento de ruptura en la comunicación global, que también afecta a la estructura, funcionamiento, organización de esta Radio y la convierte en un medio de comunicación local. La investigación realizada para este estudio expondrá algunas de las causas, las determinaciones y los efectos de los cambios en la comunicación de la Radio HCJB.

DEDICATORIA

“El conocimiento envanece, mientras que el amor edifica.
El que cree que sabe algo, todavía no sabe cómo debiera saber.
Pero el que ama a Dios es conocido por él.”
(1Corintios 8:1-3)

Dedico este estudio a Dios quien me ama, me conoce y Él es quien me guía.

Marlene 

AGRADECIMIENTO

*Agradezco a mi esposo Barry y a mis hijos Joshua y Joel,
porque con amor y con paciencia han esperado que,
yo atravesase este difícil pero apasionante puente
que me lleva hacia las comunicaciones.

*Agradezco a mis Padres Enrique y Juanita
y mis hermanas Adri y Gaby
quienes con sus oraciones y palabras de cariño,
me animaron en esta jornada.

*Agradezco a mi tutor Dr. José Laso, quien con paciencia
ha pasado momentos muy enriquecedores,
compartiendo sus conocimientos conmigo.

Al Dr. Adalid Contreras y a Fernando Checa por su valiosa contribución
para la realización de esta obra.

*Agradezco a los funcionarios y ex funcionarios de la Radio HCJB,
ecuatorianos y extranjeros, quienes durante la investigación
compartieron sus experiencias conmigo.

Y

*Un especial y profundo agradecimiento al
Dr. Steve Nelson y su amorosa esposa Dorothy
por
acogernos en su hogar en un momento muy difícil.

GRACIAS

Marlene 

TABLA DE CONTENIDO

CLAUSULA DE CESION DE DERECHO DE PUBLICACION DE TESIS	2
RESUMEN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
INTRODUCCION	8
1. Capítulo primero Marco comprensivo.....	10
1.1. Las nuevas tecnologías en la comunicación global	10
1.2. “Primera instancia del movimiento de ruptura en la comunicación”	12
1.3. “Segunda instancia del movimiento de ruptura en la comunicación”	13
1.4. “Tercera instancia del movimiento de ruptura en la Comunicación”	15
1.5. La Ruptura de la Comunicación en América Latina	16
2. Capítulo segundo La comunicación radial en 1990	21
2.1. La centralidad de la comunicación radial a nivel mundial	21
2.2. La centralidad de la comunicación radial en América Latina	24
2.3. La comunicación tecnológica en América Latina	27
2.4. Proliferación de medios Locales en América Latina.....	28
2.5. Mediaciones de la Comunicación en América Latina	31
3. Capítulo tercero Breve reseña histórica de la comunicación de la Radio HCJB	40
3.1. La comunicación radial del Evangelio	40
3.2. Expansión tecnológica y comunicacional de la Radio HCJB.....	44
3.3. La comunicación vía satélite de la Radio HCJB	47
3.4. La Radio local HCJB	52

4.	Capítulo cuarto Causas, determinaciones y efectos de los cambios en la comunicación mundial de la Radio HCJB a partir de 1990.	56
4.1.	Causas para los cambios en la Comunicación de la Radio HCJB	56
4.2.	Primera “instancia” de los cambios en la Comunicación de la Radio HCJB	62
4.3.	Segunda “instancia” de los cambios en la Comunicación de la Radio HCJB	69
4.4.	Tercera “instancia” de los cambios en la Comunicación de la Radio HCJB	74
4.5.	Compendio	92
5.	Conclusiones.....	96
	BIBLIOGRAFÍA	98
	ANEXO #1 Redes de comunicación vía satélite para América Latina	100
	ANEXO #2 Cuestionario para afiliadas a la cadena satelital ALAS	101
	ANEXO #3 Información de Radios afiliadas a la Cadena ALAS-HCJB	103

INTRODUCCION

La comunicación de Occidente tiene sus raíces en la “tradición religiosa y cultural de Europa”, por esta razón se observa que a través de la historia la comunicación cuenta con una poderosa naturaleza normativa. No obstante con el desarrollo de los instrumentos y de “técnicas cada vez más sofisticas” se produce cambios en la visión y la práctica de la comunicación, hasta introducirla en la “era de los intereses y los beneficios”. Wolton identifica a esta época como “la era de la mundialización de la comunicación”, donde los valores y los avances técnicos, los ideales e intereses, incluido el poder absoluto del Internet, tienen un objetivo netamente informativo y comercial. (Wolton, 2000: 11-12)

Para el estudio de la comunicación en “la era de la mundialización” Wolton presenta un cuestionamiento: “¿existe realmente una ruptura desde el punto de vista de una teoría de la comunicación entre los medios de comunicación de masas y las nuevas tecnologías?” (Wolton, 2000: 17). Para dar respuesta a este cuestionamiento, se observa que en el planteamiento teórico realizado por Jesús Martín-Barbero, existe la identificación de un “movimiento de ruptura” a partir de 1990, que descentraliza la comunicación y produce “desplazamientos”, así como transformaciones a nivel mundial. (Martín-Barbero, 2002(b): 218)

Para el análisis de la ruptura, desplazamientos, transformaciones y cambios en la comunicación, Martín-Barbero retoma el pensamiento de Benjamín que vincula las determinaciones de la época, al uso de las innovaciones en la tecnicidad y presenta las transformaciones que produce esto en el “*sensorium*” de los individuos, así como en los “modos de percepción y en la experiencia social”. (Martín-Barbero, 2002(b): 231)

Entonces partiendo el cuestionamiento de Wolton y las observaciones de Jesús Martín-Barbero, se investigará las causas, determinaciones y efectos de los cambios en la comunicación de la Radio HCJB a partir de 1990 y se observará a través de la historia de la Radio HCJB, si también está presente esa ruptura en el proceso de cambio de la comunicación de este medio masivo.

Por lo tanto, el método de esta investigación está centrado en el emisor que es la Radio HCJB e implicará la recopilación de material bibliográfico y la investigación de campo se realizará en su mayor parte en la Radio HCJB localizada en Quito-Ecuador.

Con la información teórica recopilada se construirá en el primer capítulo, un marco teórico para el estudio de la comunicación desde la visión de Jesús Martín-Barbero. En este capítulo, las reflexiones de Martín-Barbero y las observaciones de otros autores serán la pauta teórica que, nos guiará para identificar cambios específicos que experimentó la comunicación a partir de 1990 dentro del contexto de la globalización.

El segundo capítulo presenta una recopilación de datos bibliográficos que permiten ubicar el panorama social en el cual se producen algunos cambios en la radiodifusión internacional y en América Latina, así como en la Radio HCJB. La información que se registra en este capítulo corresponde al siglo XX y principios del siglo XXI. Además debido a que, durante la investigación, no se encontró ningún análisis de estos hechos, se entrevistó a líderes de opinión y expertos en comunicación, quienes compartieron sus reflexiones sobre transmisión radial de la época, cuyo contenido contribuye para la comprensión del tema.

El tercer capítulo es una recopilación de testimonios obtenidos a través de entrevistas a profundidad que se realizó a 15 personeros y ex funcionarios de WRMF, quienes relatan su experiencia sobre las causas, las determinaciones y efectos de los cambios que se produjeron en la comunicación de la Radio HCJB, a partir de 1990. También se incluirán observaciones obtenidas de entrevistas a 4 representantes de radios afiliadas y datos estadísticos de la encuesta realizada a 7 radios afiliadas a la Cadena Satelital ALAS-HCJB.

Las conclusiones se basan en los datos registrados durante esta investigación y es preciso aclarar que, aquellos aspectos importantes que no se han registrado en este estudio, y de los que no lleguemos a una conclusión, se debe básicamente a que no se ha tenido acceso a la información o no existen registros bibliográficos de los mismos, condición que deberá ser considerada como limitante en el estudio. Sin embargo, se piensa que la información registrada, servirá como punto de partida para futuras investigaciones.

1. Capítulo primero

Marco comprensivo

Pocos sectores tan vitales para la sociedad contemporánea están tan de actualidad como la comunicación tecnológica, puesto que, de principio a fin, la historia del teléfono, del cine, de la radio, de la televisión de la informática tiene sólo un siglo de vida. Pero las rupturas introducidas por estas técnicas han sido tan violentas y se han llevado a cabo tan rápidamente, que parece que estén ahí desde siempre, aunque la aparición entre el gran público del transistor data de 1955, al del televisor de 1960 y la del ordenador de los años setenta. Es cierto que ya existían la prensa y las bibliotecas, pero su introducción en la sociedad era mucho más antigua y, sobre todo, no llegaban a todo el mundo [...] La ventaja específica de las tecnologías de la comunicación del siglo XX [...] consiste en haber alcanzado a todos los públicos, todos los medios sociales y culturales. (Wolton, 2000: 35)

1.1. Las nuevas tecnologías en la comunicación global

A fines del siglo XX las nuevas tecnologías rápidamente se constituyeron en uno de los aspectos claves del sistema económico-político de los países altamente industrializados. Jesús Martín-Barbero observa que un tercio del producto nacional bruto de estos países se obtuvo de la manufactura o del procesamiento de información. Adicionalmente, el desarrollo de las nuevas tecnologías se relacionó directamente con el poder militar y con proyectos espaciales. Las áreas sociales en cambio experimentan y usan las nuevas tecnologías de comunicación principalmente en: “la automatización de los procesos productivos; la administración del Estado”; inclusive se observa que existen “voceros del sistema”, quienes consideraron que estas tecnologías podrían ser la solución a la crisis de la economía capitalista, así como de la política del “nuevo modelo de democracia avanzada” promovido por la globalización. (Martín-Barbero, 2002(b): 115-116)

Como efecto se da impulso a un “movimiento de tecnificación” global, que busca establecer en la comunicación mayor libertad para el acceso a información que permita alcanzar las metas fijadas en “las luchas por la democracia”. Con este objetivo, entra en funcionamiento la “mundialización” de la economía para la apertura de mercados a escala global y el establecimiento de normativas que permitan “la organización pacífica de la ‘comunidad internacional’”. (Wolton, 1999: 11, 26)

En este proceso histórico, los logros que la tecnología habían alcanzado en materia de la comunicación son trascendentales, sin embargo, Wolton identifica un

“conflicto de valores” en las relaciones que se desarrollan en este proceso entre la técnica que se utiliza con esta nueva tecnología, “el modelo cultural y el proyecto social”. Este “conflicto de valores” se presenta porque en general las tecnologías tienen una evolución más acelerada que los modelos culturales, en consecuencia la organización social difícilmente cuenta con los suficientes criterios para identificar si existe un verdadero “progreso” en la comunicación con el uso de la nueva tecnología y si produce cambios en sus prácticas culturales. (Wolton, 1999: 17-19)

Por esta razón, se observa que en la transición al sistema de información globalizado, aquellas regiones geográficas que no tuvieron un progresivo acoplamiento al modelo de desarrollo característico de la “era de la información”, tampoco adquirieron la capacidad para conducir a la población hacia adecuados mecanismos de “sustentabilidad”; ya que, las estrategias para la transición a un sistema de información globalizado debían incluir: la “creación de una infraestructura tecnológica centrada en la comunicación y en la información”, que debía surgir del trabajo conjunto entre el sector público y privado de cada nación. Pero también se requería que, los recursos humanos no solo adquieran un conocimiento básico del manejo del Internet y de otras nuevas tecnologías, sino que tengan un conocimiento especializado y estar familiarizado con en el manejo de estas nuevas herramientas. (Castells, 2003: 35)

Para la década de 1990 los grandes medios de comunicación masiva habían logrado centralizar la comunicación, ya que con el soporte de la tecnología alcanzaron una amplia cobertura territorial y social. Sin embargo, con el objetivo global de informatizar la sociedad y con la industrialización de los avances tecnológicos se produce en tres instancias un movimiento de ruptura en la comunicación de estos medios. En la primera instancia el movimiento de ruptura da inicio a la descentralización de la comunicación y se buscan a través del desarrollo tecnológico “nuevos modos de producción y circulación de información”; por esta razón en la segunda instancia se observa una proliferación de medios de información local que tienen una visión tecnológica de la comunicación. En el tercer movimiento se observa la lucha por superar el “*marginalismo de lo alternativo*” y alcanzar una comunicación que sea “auténtica”. (Martín-Barbero, 2002(b): 218-220)

1.2. “Primera instancia del movimiento de ruptura en la comunicación”

El comunicacionismo del siglo XX según Martín-Barbero había determinado que la comunicación se constituiría en el “motor y el contenido último de la interacción social”, esta idea le permitió mantener su centralidad en la sociedad. Sin embargo, en la década de 1990 se produce un aceleramiento de la investigación científica de equipos electrónicos digitales, de informática y telecomunicaciones, con lo cual surgen nuevos “modos de producción y circulación de la información”. (Martín-Barbero, 2002(b): 217-219)

Con estos avances y los objetivos de la globalización se busca establecer un sistema de información globalizado que implica mayor “productividad, competitividad, eficiencia, comunicación y poder a partir de la capacidad tecnológica de procesar información y generar conocimiento”. Entonces según Castells se llega a constituir “un sistema tecnológico de sistemas de información, telecomunicaciones y transporte que ha articulado todo el planeta en una red de flujos en los que confluyen las funciones y unidades estratégicamente dominantes de todos los ámbitos de la actividad humana”. Castells observa que el desarrollo de este sistema depende de la calidad de productividad y competitividad de “los recursos humanos y la capacidad estratégica de instituciones y empresas para articular dichos recursos en torno a proyectos de inversión viables y sustentables”. (Castells, 2003: 19-21)

Entonces Martín-Barbero observa que:

... la idea de la centralidad de la comunicación en la sociedad – y la consiguiente evacuación de la cuestión del poder y la desigualdad de las relaciones sociales- está recibiendo ahora su legitimación teórica y política del discurso de la racionalidad tecnológica que inspira la llamada “sociedad de la información”. Agotado el motor de la lucha de clases la historia encontraría el recambio en los avatares de la comunicación. Con lo que cambiar la sociedad equivaldría en adelante a cambiar los modos de producción y circulación de la información. Una cosa es reconocer el peso decisivo de los procesos y las tecnologías de comunicación en la transformación de la sociedad y otra bien distinta afirmar aquella engañosa centralidad y sus pretensiones de totalización de lo social. (Martín-Barbero, 2002(b): 219)

Por lo tanto, se observa que en esta época los avances tecnológicos de la comunicación son presentados como “la matriz de un nuevo modelo social”, esta idea según Martín-Barbero se basa en una “pseudo-utopía”, con la que el capitalismo pretende salir de la crisis económica del momento. (Martín-Barbero, 2002(b):59-60)

Determinaciones para los “Modos de producción y circulación de la información”

En los escenarios sociales de fin del siglo XX, se observa nuevos “modos de producción y circulación de la información en la sociedad”: En el primer modo se determina que, la información y la comunicación son los “campos prioritarios” para la concentración de la “riqueza” a nivel global. Por esta razón, en el segundo modo, la comunicación se convierte en el espacio prioritario para la inversión del capital, principalmente en el campo de las telecomunicaciones con el fin de dar impulso a la reestructuración y modernización industrial y dar prioridad a los “vehículos”, entendidos como medios de transporte o transmisión de información y sus “contenidos”. (Martín-Barbero, 2002(b): 223)

En el tercer modo, se determina que la comunicación debe producirse y circular a través de flujos de redes internacionales de información, gestionadas por empresas privadas y públicas, con el fin de configurar y transmitir conocimiento. En esa instancia se observa una ruptura o desplazamiento de la comunicación centralizada hacia el “espacio estratégico de creación y apropiación cultural. En las determinaciones a nivel internacional el tema social se ve reemplazado por temas de cultura, sin embargo a nivel nacional se observa una “sociedad” erosionada. La erosión se debe según Martín-Barbero a que los verdaderos valores de la identidad nacional son marginados, descentrados y reemplazados por una “lógica de los flujos”, compuesta de bienes simbólicos o culturales diversos, que buscan construir una imagen basada en información concerniente al dinero, al impulso de nuevas ideas sobre las comunicaciones y los valores a difundir se refieren a “culturas viajeras” que se ponen en movimiento junto con el proceso migratorio. (Martín-Barbero, 2002(b): 223)

1.3. “Segunda instancia del movimiento de ruptura en la comunicación”

En esta instancia se observa que, el movimiento de ruptura vincula a la comunicación con la concepción “mcluhjiana” y en este sentido parecería que la tecnología pura es la hacedora de la historia; por lo tanto, se observa la proliferación de medios locales como mecanismo de desarrollo de la comunicación. Esta visión dividía las sociedades y se producía un daño en los mecanismos de comunicación entendida como “cohesión política y cultural” y como representaciones simbólicas capaces de

generar valores para definir la identidad de los pueblos y para orientar las decisiones políticas desde el Estado. (Martín-Barbero, 2002(b): 219)

El informe Mac Bride (Mac Bride, 1980: 144-150) según María Cristina Mata muestra que existía el interés en la “democratización” la comunicación, con el fin de lograr una mayor participación de individuos en los procesos comunicativos. Esto según Mata era considerado como una “verdadera ‘legitimación’ de las experiencias de la comunicación alternativa” y lo describe de la siguiente manera:

En las secciones destinadas a describir las experiencias alternativas, el Informe recurría a un conjunto de expresiones de por sí reveladoras del sentido que se les reconocía y atribuía¹³. Se las definía como prácticas de “oposición a la comunicación oficial institucionalizada” y como prácticas “de sustitución”, “tribunas independientes de los causes políticos y oficiales”, espacios para analizar problemas silenciados por los medios de comunicación. Sus actores, eran caracterizados como “grupos locales que quieren combatir el monopolio de los sistemas de comunicación verticales y centralizados”, como “minorías que antes vivían en un ghetto de comunicación” y que comenzaban a desarrollar sus capacidades, como grupos y partidos políticos disidentes, como jóvenes y marginales imaginativos. En ese sentido el Informe consideraba las alternativas comunicativas de sustitución y oposición era respuestas a las verticalidad y deficiencia de los sistemas de comunicación existentes [...] Tras sostener que uno de los problemas centrales del orden informativo vigente consistía en ‘la exclusión de los medios de comunicación ordinarios de ciertas categorías subprivilegiadas de la población’, el Informe planteaba que para cientos de millones de personas la comunicación democrática era difícilmente realizable debido a la insuficiencia de medios de comunicación. De ahí que las vías propuestas para superar esas situaciones fuesen, por ejemplo: el estímulo de la producción de medios grupales para fomentar la expresión local “de proporciones humanas”, capaces de atraer a la comunicación una mayor variedad de personas y deparar a cada individuo “privilegios” que normalmente están reservados a los profesionales; el desarrollo de redes horizontales de comunicación entre comunidades culturales y étnicas, entre los grupos que tiene en común “intereses sociales, profesionales, culturales y deportivos” y entre los individuos “de un mismo barrio o de un mismo entorno laboral”; el estímulo de procesos de descentralización de la comunicación masiva utilizando la radio local [...], así como el empleo de otras “tecnologías apropiadas” que deberían facilitar la producción de programas “en apoyo de las actividades de desarrollo de la comunidad y permitir una expresión cultural diversificada”, la promoción de “nuevas formas de participación del público en la gestión de los medios de comunicación social”. (Mata, 2011: 13)

Sin embargo, a pesar de las buenas intenciones que se proclaman, lo que en realidad se produce según Mata es la “exclusión de grandes mayorías sociales”, se concentra el control de las “tecnologías comunicativas” en pocos países desarrollados y en empresas transnacionales. No obstante, María Cristina Mata con claridad observa que el control que se ejercía sobre estas “tecnologías” no estaba vinculado a “modelos económicos y políticos hegemónicos que ejercían el control de la palabra” y tampoco

observa que se buscaba a través de este control un “ordenamiento social antidemocrático e injusto”. (Mata, 2011: 13-14)

A pesar de no existir esa vinculación, lo que si se observa según Martín-Barbero es que cuando las tecnologías para la comunicación son identificadas como factor de transformación social, las personas de los países con necesidades básicas no resueltas atraviesan por un doloroso proceso en el que buscan recomponer sus “sistemas de valores, de normas éticas y virtudes cívicas”, en medio de la asimilación de ideas de modernización y de la forzada adopción de cambios tecnológicos de la época. (Martín-Barbero, 2002(b): 219-220)

1.4. “Tercera instancia del movimiento de ruptura en la Comunicación”

En esta instancia se observa desde la visión de Sonia Fernández Parratt que a nivel global los medios de comunicación masiva tienen un rol significativo principalmente en la difusión de valores y en algunos casos a través de la tecnología adquieren la capacidad de distribuir información en forma inmediata, novedosa e impredecible para el receptor local. A pesar de que esto podría significar un progreso para la comunicación, lo contradictorio que observa Fernández Parratt es que, algunos de estos medios son fuente de resistencia contra la globalización, sin embargo a la vez protegen el capitalismo. Por esta razón, Fernández Parratt identifica que esos medios de comunicación en realidad son “agentes de democratización” pero también se constituyen en instrumentos para la “glocalización”, es decir enfrentan una dualidad en el proceso: la “globalización de lo local y la localización de lo global”. (Fernández Parratt, 2001: 159)

La comunicación tecnológica de estos medios masivos se produce en forma deshumanizada, debido a que buscaba la proliferación de medios locales para mantener la centralidad de la comunicación en la sociedad. En este sistema el mensaje estaba cargado de “populismo nostálgico”, con lo que según Martín-Barbero la comunicación daba la impresión de ser “original, horizontal y participativa”, pero en realidad marginaba la “‘auténtica’ comunicación” y los valores que le hacían única. Sin embargo, en esta instancia se observa que adquieren fuerza medios alternativos de transmisión local que buscan alcanzar su “‘auténtica’ comunicación”.

Entonces frente a las tres instancias del movimiento de ruptura de la comunicación Martín-Barbero cuestiona:

...¿Cómo hemos podido pasar tanto tiempo intentando comprender el sentido de los cambios en la comunicación, incluidos los que pasan por los medios, sin referirlo a las transformaciones del tejido colectivo, a la reorganización de las formas de habitar, del trabajar y del jugar? Y ¿cómo podríamos transformar el “sistema de comunicación” sin asumir su espesor cultural y sin que las políticas busquen activar la competencia comunicativa y la experiencia creativa de las gentes, esto es su reconocimiento como sujetos sociales? (Martín-Barbero, 2002(b):224)

1.5. La Ruptura de la Comunicación en América Latina

En América Latina Luis Ramiro Beltrán¹ observa que en el siglo XX se llegó a “endiosar a los a los medios de comunicación masiva como capaces de hacer mucho bien a nuestro pueblo casi hasta el punto de poder provocar la modernización de nuestras naciones en poco tiempo y prácticamente por sí solos”. A partir de la década de 1970 y mediados de la década de 1980 se observa que en los objetivos de algunos medios masivos se hace caso omiso de las necesidades del desarrollo nacional. A partir de la década de 1990 junto con la inserción del “nuevo orden económico internacional” también se da inicio a “un nuevo orden informativo internacional”. (Beltrán, 1993: 19-24)

Sin embargo, es importante destacar que antes de que se instaurara el “nuevo orden informativo internacional” en América Latina existían investigaciones que advertían *rupturas* en el área comunicacional. Martín-Barbero identifica que estas investigaciones se enfocaron en “tres campos”: “el orden o estructura internacional de la información, el desarrollo de las tecnologías que fusionan las telecomunicaciones con la informática, y la llamada comunicación participativa, alternativa o popular”. (Martín-Barbero, 2002(b): 113)

Los investigadores de esta región presentaron aportes fundamentales para el desarrollo de la comunicación basadas en los tres campos de investigación mencionados; por esta razón, se constituyeron en pioneros de la comprensión y denuncia de los problemas que representa la conformación de una “estructura transnacional de la información”. Adicionalmente, presentaron propuestas para la

¹ Luis Ramiro Beltrán, “Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años” (Discurso de inauguración dela IV Mesa Redonda sobre comunicación y desarrollo, organizada por el Instituto para América Latina (IPAL) en Lima Perú, entre el 23 y el 26 de febrero de 1993). URL <https://goo.gl/Hyn6kL>

elaboración de políticas que permitirían un adecuado funcionamiento de la “estructura transnacional” en América Latina desde el punto de vista político y cultural. (Martín-Barbero, 2002(b): 113)

Sin embargo a pesar de las advertencias realizadas, se observa que con el inicio del “un nuevo orden económico internacional” y el “un nuevo orden informativo” se produce reacciones de conflicto en la región; principalmente en lo referente a la dimensión económica-financiera y monetaria. Esto se produce debido a que la globalización implementa “políticas de ajuste”, que plantean un nuevo panorama macroeconómico. El objetivo prioritario de estas “políticas de ajuste” fue alcanzar una “estabilidad monetaria” y controlar la inflación, como estrategia para la conformación de un mercado flexible que facilite la inversión de capitales a través de “la desregularización económica y la privatización de empresas públicas en casi todos los países” de la Región de América Latina. (Castells, 2003: 26-27)

Con estos “ajustes” según Castells, la globalización pretendía que los países de América Latina se aproximen al desarrollo que había alcanzado la economía de “países más avanzados”, a través del establecimiento de “condiciones” similares para la “homogenización de la inversión de capital y para el libre movimiento de mercancías”, como estrategia para potenciar la economía de los países, desarrollar la gestión de las empresas de esta región, pero a la vez pretendían dar impulso a la transferencia tecnológica. (Castells, 2003: 27)

Desde la visión de Castells América Latina no contó con un sólido proceso de inserción en la globalización, debido a “la falta de flexibilidad organizativa de las empresas” que funcionaba en esta región, principalmente por la baja capacitación que tenía su personal, tanto para la generación de nueva tecnología así como para su uso. Por esta razón, América Latina se integra a la “nueva economía global” en condiciones de desigualdad, con pocas posibilidades de alcanzar mecanismos autosustentables, con alto costo social y económico, con “amplios sectores sociales y territorios excluidos estructuralmente de ese proceso de modernización e integración económica”. (Castells, 2003: 27-28)

Sin embargo, en esta región surgen importantes iniciativas “alternativas” para el desarrollo de la comunicación.

Iniciativas de la “comunicación Alternativa” en América Latina

Antes de que la globalización tuviera como uno de sus objetivos insertar sistemas de comunicación para desarrollar el “nuevo orden informativo”, en América Latina se presentaron nuevas iniciativas con planteamientos que diferían de los propósitos establecidos por el sistema centralizador de la comunicación masiva y se observa que existieron algunos medios masivos y grupales en esta región, que buscaron alcanzar a través de las nuevas iniciativas una “comunicación alternativa”. Adicionalmente Máximo Simpson Grimberg explica que, la “comunicación alternativa” tiene como característica la interactividad y su origen se registra antes de que surja la “comunicación de masas”, ya que la “comunicación alternativa” proviene de culturas en las que existían formas comunitarias de relación social. Por esta razón Simpson señala que, la “comunicación alternativa” en América Latina se presenta como una propuesta diferente al sistema transnacional, “unidireccional y autoritario de los medios masivos” y la trascendencia de esta “comunicación alternativa” se produce al observar que la estructura tecnológica de los medios masivos de esa época podrían llegar a ser “un obstáculo insoslayable para su incorporación a procesos democráticos y participativos”. (Simpson Grimberg, 1984: 31-42)

En América Latina la “comunicación alternativa” según Mario Kaplún planteaba lo siguiente:

Los medios masivos tal como hoy funcionan son negativos no sólo por sus contenidos, sino también por su forma de comunicación. Porque monopolizan la palabra. Porque hablan ellos solos y dejan mudo y sin posibilidad de respuesta y de participación al pueblo. Si nosotros también hacemos lo mismo en nuestros medios populares, si los que producimos los medios somos los únicos que hablamos, aunque digamos cosas diferentes a las que dicen la radio y la televisión, seguiremos reproduciendo el mismo estilo vertical y autoritario de comunicación y así no somos eficaces. Ese modelo impositivo sirve para dominar, pero no sirve para crear conciencia crítica ni para generar un proceso liberador. Sólo cuando la gente comienza a decir su propia palabra, empieza a pensar por sí misma y a liberarse.

Además de cambiar los contenidos, tenemos que hacer medios abiertos al diálogo, medios que generen participación. Medios donde la comunidad pueda expresarse y decir su propia palabra y no simplemente leer o escuchar lo que nosotros decimos o escribimos para ella. Aunque no en todos los casos la gente pueda generar el mensaje, aunque no todos puedan ser emisores, es necesario ir rompiendo poco a poco esa manera vertical de hacer comunicación, ese esquema de emisor por un lado y receptor por el otro. (Kaplún, 1985: 75-76)

También “lo alternativo en materia de comunicación” en América Latina es observado por Jesús Martín-Barbero, quien considera que con “lo alternativo” inició un

proceso de transformación de “la forma dominante y normal de la comunicación social, para que sean las clases y los grupos dominados los que tomen la palabra. Y en ese sentido la comunicación alternativa no es aquí nada nuevo [...] ha estado ligada más a la liberación del habla, de la actividad y la creatividad popular que a la potencia o el tipo de medios utilizados”. (Martín-Barbero, 2002: 117-118)

Sin embargo, para Jesús Martín-Barbero cuando la globalización inserta “el nuevo orden informativo”, el proceso de transformación de la comunicación a “lo alternativo”, presenta una problemática entre las nuevas técnicas y los comunicadores, porque se produce un desequilibrio informativo debido a “la baja preparación técnica y profesional del Tercer Mundo”. La problemática de la comunicación “participativa o alternativa” se presenta principalmente en “esos nuevos medios que por sí mismos van a permitir a los receptores convertirse en emisores”, sin que esté definido “el sentido” que tienen esos medios y “al servicio de quién o de qué se trabaja”. (Martín-Barbero, 2002: 59)

Sin embargo, también se observa que en América Latina desde de 1988 existen casos de cooperación para el desarrollo de la comunicación, los cuales tenían como objetivo el surgimiento de “redes de comunicación alternativa” ². Ortiz Crespo considera que algunos de los proyectos de cooperación que surgen en esta época son relevantes porque con el proceso de globalización logran consolidarse frente a esfuerzos que anteriormente se realizaron y que no lograron alcanzar la integración comunicativa; incluyendo dentro de estos, esfuerzos fallidos de convenios formales que se firmaron a nivel intergubernamental. (Ortiz Crespo, 1995:10)

La producción de información de estas “redes de comunicación alternativa” se realizó en el sur de América Latina y estaban dirigidas únicamente a los países de esa área. Estas “redes” posibilitaron la circulación de información entre los ciudadanos y con esta forma de cooperación, se da inicio a un proceso de transfronterización o transnacionalización de la comunicación. La distribución de algunas de estas producciones se realizó a través de señales por satélites o también por antenas repetidoras de tierra con la finalidad de llegar a todo el mercado nacional y a zonas de los países vecinos. (Ortiz Crespo, 1995:8)

² Los casos de cooperación de los medios de comunicación masiva están descritos en el Anexo #1.

Para Ortiz Crespo la globalización contó con sectores empresariales y organizaciones no gubernamentales, para la crear instancias de cooperación que parecen sustentarse en bases muy sólidas para realizar los cambios en la comunicación y alcanzar la integración de las naciones en un sistema globalizado de información. Por esta razón, Ortiz Crespo considera que: “si los medios promueven la idea de la integración -incluso presentando las fallas y criticando los errores del proceso- lograrán influir en la opinión pública lo que, a su vez, influirá aún más en la marcha de la integración”. (Ortiz Crespo, 1995:10)

2. Capítulo segundo

La comunicación radial en 1990

El segundo capítulo presenta el panorama de la comunicación radial a nivel internacional y su descentralización donde a partir de la década de 1990, se observa un proceso de ruptura que en primera instancia con el desarrollo tecnológico, surge un sistema de información globalizado que facilitan el surgimiento de nuevos “modos de producción y circulación de la información”. En esta instancia se produce una fuerte inversión económica en el desarrollo de la comunicación a nivel global, que se canaliza estratégicamente a través de proyectos de cooperación impulsados por organizaciones transnacionales y multinacionales. Estas organizaciones buscaron a través de la mercantilización de la comunicación recuperar la inversión que realizaron. Los proyectos de cooperación se ejecutaron a través de la formación de medios radiales locales, para la conformación de redes o cadenas de distribución y circulación de la información producida por estas organizaciones transnacionales y multinacionales. La determinación de la descentralización y mercantilización de la comunicación hace evidente el movimiento de ruptura que se produce con la globalización.

2.1. La centralidad de la comunicación radial a nivel mundial

“...la radio, que es probablemente la herramienta de comunicación más libre, más abierta y más compartida. La tecnología de comunicación es un símbolo del siglo XX, inseparable de todas las luchas por la libertad y de todas las emancipaciones, como la prensa escrita lo fue en el siglo XIX.”
(Wolton, 1999:187)

Hasta fines del siglo XX, la banda de onda corta fue la preferida por las emisoras internacionales que tenían como objetivo “transmitir más allá de sus fronteras”. La onda corta también conocida como “*shortwave*” (SW), operaba entre las frecuencias 2.300 Khz (banda tropical) a los 26.100 Khz. García Gago explica que la onda corta es de un inmenso tamaño, su propagación es principalmente ionosférica y tienen largo alcance; sobre todo, por las noches sin que se pierda su señal. (García Gago, 2010:64)

A pesar del alcance y estabilidad de la onda corta algunas emisoras que transmitían en esta frecuencia prefirieron abandonarla y buscar otros sistemas de comunicación para emitir su señal. La razón principal fueron los altos costos de las

transmisiones en onda corta. García Gago explica que: “Al alto precio de los transmisores hay que sumar lo que se paga de luz y el gran entramado de antenas que se necesita para tener cobertura mundial”. (García Gago, 2010:64)

Las radios en Onda Corta difundían noticias al mundo sobre el acontecer en “los países más grandes o con más poder económico”; por esta razón, la distribución de la información se realizaba en diferentes idiomas. Era muy común que este tipo de radios fueran consideradas como públicas en cada país. García Gago señala las siguientes radios como las más conocidas de la época:

... el servicio mundial de noticias de la BBC Británica, Radio Exterior de España, Radio Francia Internacional, Radio Nederland, La Voz de América, Radio Habana Cuba, la Voz de Rusia... Las iglesias también se percataron del potencial de la onda corta para extender sus mensajes y, por ejemplo, Radio Vaticana transmite al mundo en esta banda en múltiples idiomas. En América Latina, la emisora evangélica HCJB tiene en Quito su centro de operaciones para todo el continente y otros transmisores están en Australia. (García Gago, 2010:65)

Durante la Guerra Fría un telón de acero, un muro invisible se había formado, sin embargo, “las ondas electromagnéticas cruzaban de lado y lado” del mundo. Los mensajes provenientes de Rusia o de Alemania del Este se transmitían fuera de sus fronteras a través de la onda corta con la finalidad de debilitar la información proveniente de Estados Unidos y Europa. En países que estaban en dictadura como España, opositores del gobierno “escuchaban clandestinamente las noticias que llegaban de fuera por onda corta y que informaban lo que los medios fascistas no querían contar. Lo mismo ocurrió durante las dictaduras latinoamericanas en Argentina o Chile”. (García Gago, 2010:65)

La programación por onda corta frecuentemente estaba relacionada con temas de interés para los migrantes, estas personas consideraban que la radio era el único vínculo que podían mantener diariamente con sus países de origen. Por esta razón, García Gago considera que: “Los migrantes o exiliados pasaban meses sin saber absolutamente nada de sus parientes. Poder comprar un receptor de onda corta era regresar imaginariamente a sus países”. (García Gago, 2010:65)

No obstante, del alcance que tuvo la transmisión de programas por onda corta, en la última década del siglo XX, cuando se presentan innovaciones tecnológicas como la transmisión radial vía satélite, el sistema digital y el internet, las radios que emitían su señal a través de onda corta, incluyendo las radios que eran manejadas por gobiernos,

consideraron que este sistema no era rentable; sobre todo el costo para el mantenimiento del sistema y la cantidad de personal que se requería para la emisión de sus señales. Las radios de onda corta suspendieron sus transmisiones y muchas de ellas mudaron sus transmisiones a los nuevos sistemas. (García Gago, 2010:65)

Inversión económica en innovaciones tecnológicas para Radio

En el siglo XX, la radio fue una de las herramientas más utilizadas en la comunicación internacional, sin embargo, debido a los avances tecnológicos y los cambios sociales que se produjeron a finales de ese siglo, surgen los cuestionamientos sobre el futuro de la radio. A principios del siglo XXI, Ricardo Haye realiza investigaciones en las cuales identifica que, grandes compañías como Walt Disney en esa época, realiza una inversión de 19.000 millones de dólares con el fin de adquirir la cadena de radiodifusión ABC. De esta misma manera, otros grupos de comunicación de los Estados Unidos invirtieron en la instalación de sistemas de tecnología radial, que tenía como objetivo mejorar la calidad de su señal. Para el año 2002, la medidora de sintonía Ibope en sus sondeos, registra “un incremento sin precedentes en los niveles de audiencia, ya que el encendido de radio creció un 30% respecto al año anterior. Más de 200.000 oyentes se sumaron a las emisiones de AM y casi 70.000 hicieron lo propio con las FM”. (Haye, 2003: 216)

Con las grandes inversiones que se realizó para la modernización tecnológica y proyección de las comunicaciones, la radio pudo mantener su sintonía; sin embargo, los cambios experimentados por la radio no fueron solamente a nivel tecnológico, sino que el enfoque y proyección de este medio masivo también cambió. Con la introducción al mercado de nueva tecnología para la comunicación, numerosas emisoras con frecuencia modulada (FM) surgieron, estas radios tenían un enfoque local, por su baja potencia. La programación de estas radios estaba enfocada a una audiencia individual, entonces la interacción pareció mucho más directa y menos compleja, porque se pensaba que sería más fácil identificar el público que escuchaba la radio. Con este enfoque para el desarrollo de la radio local, la globalización marca el cambio en la comunicación y se produce lo que Haye identifica como un “chorro de mensajes” que se transmiten a todo el planeta vía satélite. (Haye, 2003: 216)

2.2. La centralidad de la comunicación radial en América Latina

Para fines del siglo XX, la radio se había constituido en un instrumento indispensable en la vida diaria, así como la “luz eléctrica y el agua corriente”, señala José Ignacio López Vigil. Sin embargo, al insertarse la televisión en el hogar se ve afectado el panorama radial, al cambiar las costumbres del receptor en su hogar, entonces se observa que las familias dejan de reunirse alrededor de la radio para escuchar novelas o noticias y comienzan a ver los programas de televisión. Ante esta situación daba la impresión de que radio estaba siendo desplazada. (López Vigil, 1997: 18-19)

Sin embargo, López Vigil destaca que con la llegada del transistor, mejora la calidad de la emisión y recepción de la señal radial; adicionalmente, estos equipos se reducen en su tamaño y “La radio ahora cambia y se trasladaba en un bolsillo, en una cartera [...] la nueva radio portátil se volvió disponible en todo lugar y momento, del día y de noche, desde la ducha hasta el automóvil, para quien va de paseo y para quien se mete con ella en la cama”. (López Vigil, 1997:19)

La radio según López Vigil, deja de ser el “*espectáculo familiar*” y se convierte en la “*compañía individual*”, la mejor amiga para toda persona y la mejor compañía para toda actividad. Por lo tanto, la televisión no pudo desplazar a la radio, sino que la radio se reubicó. Esto se demostró según López Vigil en estudios realizados por miembros de universidades de Chile en 1996. Estos estudios demostraron que la radio “concentra niveles superiores de recepción que la televisión, en ambos sexos y en todos los sectores socioeconómicos”, pero además la radio mantenía su credibilidad. López Vigil considera que si se hubiera hecho una investigación en toda Latinoamérica y el Caribe, el resultado sería muy parecido. (López Vigil, 1997: 19-20)

Por su parte, en la observación que Rosalía Winocour realiza en su libro “*Ciudadanos Mediáticos...*” sobre la comunicación radial, muestra un marco de mediaciones que la sociedad mejicana crea alrededor de la radio. Un elemento clave en el estudio de Winocour es la ubicación que los medios radiales tienen dentro de las costumbres familiares de la época, esta ubicación responde a patrones de convivencia y códigos de sociabilidad que son variables de acuerdo a cómo los “grupos sociales organizan el consumo en relación con la distribución y el uso del espacio doméstico. En los hogares de sectores medios y altos, en el interior de las viviendas se refleja la

tendencia a segmentar el espacio según las necesidades de cada miembro de la familia y del personal de servicio doméstico”. (Winocour 2002: 140)

En las familias de nivel sociocultural medio-bajo, la distribución y uso del espacio puede cumplir varias funciones a la vez, por ejemplo: se puede comer, hacer tareas, preparar la comida. Es muy común encontrar que se puede oír radio, ver televisión todo el día y a veces simultáneamente, sin que esto altere el funcionamiento familiar, parecería ser que la presencia constante de estos medios los “*vuelve invisibles*” y son los acompañantes “a todas horas y en todas las actividades”. En estas clases sociales se observa que el consumo colectivo y en ocasiones se agregan otros miembros de la comunidad como vecinos y familiares. En todas las clases sociales también fue una actividad compartida, sobre todo a la hora del desayuno, pero es común que individualmente cada miembro de la familia posea su radio portátil y escuche los programas de su preferencia en otros momentos del día (Winocour, 2002: 140-141).

La radio también deja su marca en lo cotidiano según Winocour especialmente en la *dinámica doméstica*, en los cuales observa que se genera un acompañamiento y rituales cuyas características varían según el tipo de programa, pero lo que destaca Winocour es cómo a través acompañamiento que crea una ritualidad los “locutores y conductores” se convierten en “cuasi miembros de la familia, lo cual los vuelve dignos de confianza y los coloca en un lugar de autoridad que prácticamente valida cualquier afirmación, comentario o sugerencia que realicen...”.(Winocour 2002:151- 152)

Winocour señala la importancia que tiene para la audiencia la ayuda que brindan los medios, sobre todo para comprender los cambios que, se producen debido a las exigencias que presenta el desarrollo moderno ya que, incorporan nuevos códigos de comportamiento, formas de sociabilidad y estéticas urbanas. Adicionalmente, a fines del siglo XX y principios del siglo XXI a la radio se la visualiza como un medio de aprendizaje que enseña a la familia a “vivir socialmente”, donde lo social representa lo que es necesario adquirir para desempeñarse exitosamente frente a diversos requerimientos para la acción y la comprensión de la realidad.(Winocour 2002:154)

La reflexión de Rosalía Winocour de su estudio en la cultura de la familia latina mexicana da indicios de por qué la preferencia de la audiencia de la Radio HCJB, fueron los programas de reflexión, los de acompañamiento con temas de interés sobre

situaciones que enfrenta la familia y de consejo. Adicionalmente, al respecto Winocour dice:

En el proceso de recepción y decodificación de la programación radial se pudo constatar que operan varios procesos de localización de sentido que actúan seleccionando algunos contenidos y omitiendo otros. Esto tiene por objeto hacer inteligible la densidad y variedad de la información que circula y volverla significativa en los marcos cognoscitivos, culturales y afectivos que posee cada familia”. (Winocour 2002: 156)

Otro de los aspectos por el cual, la radio adquiere una importancia singular es que en ciertas zonas geográficas, la radio era el único medio a través del cual se tenía acceso a “la información, la formación y el entretenimiento”, señala Díaz Nosty. Adicionalmente, debido a que la radio maneja costos de producción y publicidad más bajos que otros medios de comunicación en América Latina, parece ser que la radio se constituyó en el medio con mayor alcance social y cultural en algunos territorios y por lo tanto, era el medio más rentable de la época. (Díaz Nosty, 2007: 58)

Por esta razón es que, la radio logra alcanzar “la mayor penetración territorial en los pueblos indígenas” y también es el medio de comunicación que mejor se acopla a la “diversidad cultural y lingüística”. Díaz Nosty considera que inclusive por esto, la Radio desde sus primeros años fue empleada por organizaciones religiosas para el establecimiento de sus misiones en la región, “con una actividad formativa y vertebradora que alcanza a los colectivos más alejados de la centralidad mediática”. (Díaz Nosty, 2007: 58)

En el informe que la Fundación Telefónica publicó en el 2007, se registra que, las emisiones radiales alcanzaban zonas geográficamente aisladas y que estaban alejadas de los medios de comunicación urbanos, lo importante fue que al alcanzar zonas remotas, su mensaje se adecuó a las identidades culturales de tradición oral. Sin embargo Díaz Nosty dice:

...sin negar su potencialidad en los procesos de inclusión social y organización comunitaria de las poblaciones marginadas, en un escenario de futuro descrito por los paradigmas de la interacción comunicativa y del conocimiento, la radio tiene claras limitaciones. Su vigencia y eficacia cabe ubicarlas en la transición hacia otros modelos de mayor integración de recursos y capacidades comunicativas, esto es, como instancia previa o complementaria de extensiones tecnológicas habilitadas para una comunicación cooperativa. (Díaz Nosty, 2007: 59)

2.3. La comunicación tecnológica en América Latina

En América Latina se promueve la instalación tecnológica de medios para el desarrollo de la comunicación local y para la conformación de “redes locales o comunitarias”. Esto produjo un regocijo por el “empoderamiento en localismos particularizantes urbanos y rurales, interpersonales y mediatizados”. Adalid Contreras explica que a través de estos medios de comunicación local, comunidades realizaron enormes esfuerzos por presentar propuestas para su propia interconexión, legitimación y legalización. Desafortunadamente lo que Adalid Contreras observa es que estos medios comunitarios locales no logran hacer mella en “las definiciones nacionales o continentales sobre los procesos de comunicación”. (Contreras, 2014: 27)

Esto se debe a que, cuando se piensa en el desarrollo de la comunicación a través de un modelo instrumentalizado³ y utilitario, se da paso a lo que Contreras señala como: “línea funcional de difusionismo que convierte la comunicación en medios o recursos y el polo de la emisión en el criterio válido de la información”. Dentro de este modelo de comunicación Contreras observa una combinación de “sensibilización y persuasión” cargada de una reducida didáctica en la capacitación para el ejercicio de la comunicación; cuya concepción sobre el manejo de los medios se limita al manejo de la tecnología y la administración de estos medios de comunicación se ve confinada al empoderamiento de líderes para la ordenación social de sus organizaciones y a la reducción o simplificación del significado de los mensajes como base para la igualdad de emisores y receptores. (Contreras, 2014: 41)

Con esta concepción según Contreras “la comunicación es raptada por el discurso del progreso”, con la finalidad de llegar a la uniformidad de la función política de las naciones. El discurso se estructuró bajo los formatos de los países desarrollados de occidente, que usaron la “difusión” que contó con la “visión instrumental y mágica de los medios” y con la pasividad de sus receptores. (Contreras, 2014: 38)

Por lo tanto, Contreras considera que:

Desde la perspectiva de la comunicación, este modelo asienta su estructura en cuatro factores: su linealidad y unidireccionalidad; su sobrevaloración de los medios y sus posibles efectos; su funcionalización instrumental a los planes de desarrollo; y su concepción del desarrollo como el tránsito desde sociedades tradicionales hasta

³ La comunicación que adopta un modelo instrumentalizado tiene vínculos con programas de desarrollo. Este modelo instrumentalizado valora la “cultura local”, y “promueve cambios de comportamiento a través de roles modelos y de técnicas de entrenamiento”. (Gumucio Dagron, 2004:6)

sociedades industrializadas, por la vía de la difusión y adopción de innovaciones y estereotipos modernos”. (Contreras, 2014: 41)

La paradoja de este modo de comunicación centrado en el desarrollo tecnológico de los medios, es planteada por Martín-Barbero cuando observa que, paulatinamente el modelo instrumental de comunicación es superado por la misma industrialización de las comunicaciones; el problema que se presenta es que trae como efecto, la pérdida de la “especificidad comunicativa” y obliga a la comunicación a subordinarse a la función de “producción en general”. (Martín-Barbero, 2002(b):219)

2.4. Proliferación de medios Locales en América Latina

En entrevista realizada a José Ignacio López Vigil⁴ para este estudio, relata que en los años 80 con la señal FM, muchos que querían hacer radio e iban a la azotea de su casa, ponían una antena y transmitían. En Argentina López Vigil señala que, llegaron a surgir casi 3 mil emisoras de radio, todas sin permiso del gobierno, ya que haciendo uso de una antena y un transmisor de radio casero de bajo costo, alcanzaba de 20 o 50 vatios y tenía la posibilidad de transmitir para el barrio. Estos casos llegaron a saturar tanto el espectro radioeléctrico de Argentina que, en Buenos Aires cuando se encendía la radio y se quería escuchar, las frecuencias se montaban una sobre la otra. Los culpables no eran quienes salían al aire, los culpables eran los organismos reguladores de las telecomunicaciones, que contaban con una ley de comunicaciones del tiempo de la dictadura, que no le daba frecuencias a nadie, sea que se solicitaba formalmente o no se solicitara. Esta situación se repitió en Perú, en Brasil, sobre todo por lo barato que era transmitir a través de FM.

El problema era que estas emisoras comunitarias con excelentes intenciones, no tenían recursos para hacer una producción profesional y seductora para la audiencia, entonces lo que hacían era: pasar música, leían las noticias que habían sido publicadas

⁴ La información registrada en este estudio es una síntesis de la entrevista realizada el 19 de enero del 2015 a José Ignacio López Vigil. Este experto en radio es cubano, ex sacerdote católico. Productor, Director y Capacitador de Radio. Escritor de varias obras radiofónicas como “*Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas*”, “*Ciudadana Radio*”, “*Radios Comunitarias*”, entre otras. Fundador de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc) para América Latina. Director de la Red Latinoamericana de Radios para una Cultura de Paz (Radipaz). Director y Fundador de la ONG Radialistas Apasionados y Apasionadas. Creador de innumerables piezas y novelas radiofónicas. Es productor y capacitador de radio, ha podido recorrer todos los países de América Latina (24 naciones) impartiendo en 50 años de experiencia, charlas, talleres y seminarios. Información tomada de <http://goo.gl/sxHSwv>

en el periódico que se vendía en la esquina y hablaban “bobada y media”, en esto se basaba su programación; sobre todo López Vigil señala que fue por la falta de recursos informativos, de personal especializado y de dinero.

En Colombia por ejemplo, muchas emisoras comunitarias eran unipersonales, como máximo eran familiares; entonces, el marido hablaba, la esposa limpiaba; el mismo equipo de transmisiones estaba en el dormitorio de la pareja. Sin embargo, estas radios tenían razón de llamarse comunitarias, porque había la expectativa de que se produjera una participación de la comunidad, pero la producción dejaba mucho que desear y los tiempos de la programación cuando se llenaba la parrilla se lo hacía con música y más música, tristemente a eso se limitaba la transmisión radial, señala López Vigil. En esa misma época, recuerda López Vigil que, la Radio HCJB, realizaba producción en la cual había drama y otra variedad de producciones, las mismas que contrastaban con radios comunitarias en las cuales no existía producción de calidad.

Sin embargo, López Vigil señala que, en los primeros tiempos de la radio se pensaba en la universalidad de los contenidos, esto luego se traducía a otros idiomas, sin considerar si en otros lugares pueda gustar o no. Uno de los contenidos universales que en esa época se usó fue el evangelio extraído de la Biblia y lo único que se creía es que se debía traducir a otros idiomas. Pero para López Vigil esto a la larga se vio que no era así, sino que existen aspectos culturales completamente diferentes. Esa diversidad cultural fue bastante desconocida, no solo por los misioneros evangélicos, sino también por los misioneros católicos y todavía hoy no se puede considerar que se tenga el conocimiento para hacerlo.

A criterio de López Vigil, este pensamiento tenía una visión vertical y desculturada, porque imaginaba que el mismo mensaje puede predicarse o compartirse en todas las culturas y no se requería nada más que solo un conocimiento superficial de a quién se está dirigiendo. Por esta razón para López-Vigil, Jesús Martín-Barbero pone el acento en algo se les olvidó a los comunicadores y es que, el mensaje no es vertical, el mensaje nace de las culturas.

Ignacio López Vigil considera que el cambio que tuvo la comunicación a partir de 1990, fue un cambio que se produce desde las culturas y es por eso que, desde lo local comienzan a producirse los contenidos. Hasta ese momento, los grandes emporios radiales, consideraban que podían producir en algún lugar y que conseguirían fácilmente

que las radios transmitieran esos programas, eso realmente nunca ocurrió, porque la lógica de la radio es una lógica de diversidad y sobre todo en lo cultural.

Por otra parte, Ignacio López Vigil cuenta que la radio siempre ha sido enamoradiza y se ha coqueteado con todas las nuevas tecnologías, con el teléfono, con el teatro, con el periódico, hasta con la televisión y le ha ido bastante bien siempre. Pero con el Internet más que coqueteo es un matrimonio absoluto, porque todo el proceso de producción de un programa de radio se potencia, se facilita con las tecnologías digitales, así es desde la investigación, la edición de voces, el montaje, es decir todo.

Pero según López Vigil, el mayor aporte que realiza la nueva tecnología para radio es la difusión y distribución de los programas. López Vigil recuerda que antes de que se pudiera disponer del Internet, el trabajo que hacían las radios era la reproducción de sus programas en casetes y el engorroso trabajo que era etiquetarlos y enviarlos por correo a otras radioemisoras, corriendo el riesgo cada vez de que por lo menos el 50% de las grabaciones enviadas, se perdían en el camino. Entonces el Internet se vuelve el intercambiador mágico que haciendo un “click” todo el mundo con facilidad puede ser corresponsal de todo el mundo y no solo se refiere López Vigil a la transmisión de noticias y música, sino a programas con contenidos religiosos como los que suele producir la Radio HCJB.

Pero según relato de José Ignacio López Vigil, lo que sucedió entonces fue que la transmisión por onda corta que en determinado momento se constituyó en la maravilla para migrantes, para gente que se encontraba en zonas remotas o distantes de su país, poco a poco fue desapareciendo, e inicia la transmisión satelital. En este nuevo sistema las radios como HCJB y ALER⁵ se introdujeron con la finalidad de alimentar unas mil emisoras en América Latina. Estas radios tenían programación principalmente con contenido informativo, el problema se presentó debido a que el alineamiento Satelital es complicado y costoso realizarlo.

Esto en los años 90 era una cosa prodigiosa y a pesar de que el alineamiento de la antena con el satélite es muy costoso, inclusive hasta el día de hoy se mantuvo el sistema y lo que sucedió en muchos casos es que, cuando la antena satelital se dañaba o no estaba alineada con el satélite, pero sobre todo porque no había quien la componga, las radios dejaban de usar ese sistema y comenzaron a usar el internet. Lo interesante

⁵ López Vigil tiene conocimiento de que ALER instaló de 20 a 30 uplinks y unas 100 bandejas para bajar programación.

para López Vigil fue ver que, una radio de Honduras ya estaba usando un sistema de recepción de programas por internet, pero mantiene en su radio la antena parabólica como una pieza de museo o un ídolo en el centro del patio de una emisora. Esta radio mantiene la antena aunque no le sirve para nada, ya que las transmisiones radiales por satélite constantemente se dañan, se desajusta, no hay técnicos que vengan cuando se lo necesita y la asistencia técnica es costosa. Por estas razones, aquellos que manejan los sistemas satelitales se están cuestionando seriamente si deben continuar sosteniendo este tipo de sistema para la distribución y entrega de sus producciones.

Finalmente, para José Ignacio López Vigil no habrá un mensaje bien predicado o bien comunicado, no importa la tecnología que utilice, si no parte de la cultura, de las raíces de la gente a la que el comunicador quiere comunicar el mensaje. Porque la comunicación no es “emisor-mensaje-receptor”. La comunicación es horizontal, el emisor primero tiene que ser receptor, el receptor actualmente también es emisor.

Por esta razón, para López Vigil el gran cambio cultural que se da en la comunicación Latinoamericana, que lo describe Jesús Martín-Barbero y muchos otros que reflexionan sobre la comunicación, entre los cuales se incluye el mismo López Vigil, piensan que la comunicación, sino arranca de esa diversidad cultural no será buena comunicación y una radio de la comunidad es una radio que le devuelve al pueblo la palabra, no importa que esta sea privada, comunitaria..., porque la frecuencia no le hace a la radio, sino la radio le hace a la frecuencia, porque si una radio hace que la gente de una comunidad participe, hable, se alegre y esta comunidad hace que la palabra de Dios florezca, esa es una radio de la comunidad que, tiene su propia voz y eso significaría para José Ignacio López Vigil, una verdadera comunicación enfocada hacia la cultura.

2.5. Mediaciones de la Comunicación en América Latina

En entrevista a Omar Rincón⁶ señala que, cuando Jesús Martín-Barbero considera que las culturas más la comunicación están atravesadas por mediaciones, se

⁶ La información registrada en este estudio es una síntesis de la entrevista realizada el 20 de junio del 2014 a Omar Rincón, quien es investigador y profesor de Comunicación y Periodismo de la Universidad de los Andes. Magíster en Educación realizó sus estudios en CINDE de la Ciudad de Bogotá, Master of Arts en la Universidad SUNY en Albany, New York, Estados Unidos. Candidato a PhD en Ciencias Humanas y Sociales en la Universidad Nacional de Colombia. En la Universidad de los Andes es Director del Centro de Estudios en Periodismo y de la Maestría en Periodismo de la Universidad de los

debe comprender que las mediaciones son articulaciones y no son intermediaciones, “como todo el mundo lo cree”, son articulaciones entre lo político, lo industrial y lo popular. Entonces aquí hablaríamos de culturas distintas en cada parte y todo depende de cómo se defina cultura y cómo se defina comunicación para el establecimiento de una relación entre ellas.

Es difícil entonces definir un análisis de la comunicación desde la cultura, porque la mayoría de los estudios sobre radio según Rincón, se han enfocado mucho sobre el tipo de radio, por ejemplo: la radio pública, la radio privada, la radio comunitaria, radio indígena, radio religiosa, etc. En estos estudios, lo importante es la intencionalidad de cada radio, porque es eso lo que le otorga la diferencia. Es así como, la Radio Pública intenta construir ciudadanía, la radio privada intenta hacer negocio y dar entretenimiento a partir de hablarle a los consumidores, la radio indígena depende del proyecto que tenga la comunidad, la radio religiosa también depende del proyecto que le den, porque puede ser que la programación sea para evangelizar o solo sirva para establecer un ritual de comunión con la gente e inclusive también puede convertirse en una iglesia electrónica.

Para Omar Rincón, se diría que la radio tiene una intencionalidad, pero también la radio tiene otro elemento que es su localización en las audiencias, es decir cómo se usa la radio en las comunidades y en qué momento desaparece. Un ejemplo de esto es lo que encuentra Rosalía Winocour en el estudio de su libro “*Ciudadanos Mediáticos...*”, en el que habla sobre la radio en México y señala que la radio para las amas de casa era una forma de ser moderno, donde se aprende de todo un poco, entonces la radio entra como un ritual de compañía, de aprendizaje corto elemental y básico.

La radio por pertenecer a lo popular y estar metida en las comunidades, por ser la heredera de la oralidad, es el medio más potente en lo popular, y esto es lo menos estudiado por los académicos; pero sobre todo observa Omar Rincón que, el medio más afectado con las nuevas tecnologías es la radio, ya que se podría pensar que la radio dejaría de existir porque la tecnología permite a cada persona hacer su propia radio y realmente sin ningún esfuerzo. Por ejemplo, se puede armar una radio musical armando

Andes. Profesor Asociado y Director del Ceper. Ensayista, periodista y analista de las relaciones entre medios, cultura, política y tecnología. Crítico de Televisión de El Tiempo. Consultor en comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania. Profesor invitado en Argentina, Chile, Uruguay, España, Puerto Rico, El Salvador y Ecuador.
<http://ceper.uniandes.edu.co/index.php/profesores/16-omar>

un listado de canciones. Los programas de radio que contienen información, ya no se escuchan mucho, porque se puede ir al internet y mirar directamente lo que está ocurriendo, de la misma manera los programas de deportes, etc.

Por lo tanto, Rincón considera que en la actualidad es más fácil hacer radio y cualquier persona puede montar una radio, cualquier ciudadano puede hacer radio, y la radio puede ser cada vez más personalizada para cada gusto. Sin embargo, en sociedades como las nuestras en América Latina la radio todavía tiene presencia, porque existen ciertos espacios muertos que los llenamos con la radio, sobre todo esto lo practican los adultos; este argumento sostiene Omar Rincón, porque señala que cuando observa a los jóvenes urbanos, ellos no oyen radio a ninguna hora, ni los niños, tampoco los jóvenes, a este grupo no les interesa oír la radio. Entonces la radio está hablando para los adultos y los adultos mayores y se habla en fragmentos de vida, mientras se va a la oficina, mientras se alista la comida, etc.

A la vez, Rincón considera que se ha producido una explosión en la radio, porque cada vez hay más gente grabando sonidos, grabando música, produciendo música, dejando mensajes, por esto, la radio es un instrumento tan popular, que casi se podría decir que se puede hacer con este medio lo que se quiera, porque casi todo el mundo podría hacer radio, al estilo que se quiera para enviar el mensaje que quiera.

De la intencionalidad de la radio, Adriana Amado⁷, en entrevista realizada para esta investigación, explica que la comunicación volcada a fines, es la comunicación enfocada al desarrollo, como insiste Martín-Barbero, la comunicación no es un instrumento para..., la comunicación es una condición de una estructura, que está imbuida en... y ya no se puede disociar la comunicación de la cultura o poner la comunicación al servicio de la cultura, porque en la comunicación hay cultura.

Adriana Amado considera que la comunicación no hace un mensaje solo para transmitirlo, sino que toma los valores que están en la sociedad para hacer eficiente su

⁷ La información registrada en este estudio es una síntesis de la entrevista realizada el 26 de junio del 2014 a Adriana Amado, quien es doctora en Ciencias Sociales por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), magíster en Comunicación Institucional y licenciada en Letras por la Universidad de Buenos Aires (UBA), y estudiosa de la comunicación pública y los medios. Es docente e investigadora en la Universidad Nacional de La Matanza (UNLAM) y es profesora invitada en distintos posgrados de América Latina. Tiene publicados tres libros de su autoría y coordinó y editó siete obras colectivas. Es articulista en temas de sociedad y medios en diversos medios de prensa de Argentina. Creó *catedraa.com.ar* en 2004 y desde 2011 preside el Centro para la Información Ciudadana. <http://goo.gl/NQK95q>

comunicación. La comunicación por sí misma no puede convencer, sino que se suma al flujo de comunicación y busca espacios y ocasiones propicias para que se pueda escuchar el mensaje. Por eso, la comunicación comunica su mensaje donde están las personas, trata de ser parte de las situaciones locales.

Para Adriana Amado lo que Martín-Barbero quiere decir es que, la comunicación cambia cuando deja de ser meramente instrumental para ser estructural. Por eso, “La tecnología se remite hoy, no a la novedad de aparatos, sino a nuevos modos de percepción y lenguaje, a nuevas sensibilidades y culturas narrativas” y es por esa razón que surge la narrativa del “YO”. Es esa narrativa testimonial, es esa narrativa expresiva en la que, no cuenta que un comunicador le diga lo que debe pensar el que oye, eso ya no cuenta. Lo que cuenta es que el comunicador se suma a la narrativa del “YO”, interpela al oyente, le habla de sus emociones que son compartidas por el comunicador, habla el idioma del oyente.

Por esta razón, no se puede centrar el análisis de la comunicación en base solo a los cambios tecnológicos, es decir es necesario pensar ¿no cómo las transmisiones vía satélite o por internet han cambiado la comunicación? sino ¿qué pasa si pensamos al revés? Tal vez se podría plantear ¿cómo las nuevas narrativas de comunicación fueron dando espacio a nuevos inventos tecnológicos, descartando otros?

Por eso, Adriana Amado señala que la onda corta no ha sido superada por un invento mejor, quizás la lógica instrumental del progreso buscó el avance tecnológico, pero lo que en realidad sucedió es que, se consideró en ese momento cuál fue la tecnología más adecuada, la más usable, la más amigable, más práctica, la más barata, la más directa y la potenció. Este cambio se produce según Adriana Amado porque, la comunicación tiene más que ver con el sentido de percepción de cercanía y directa, por esa razón, el Internet es mucho más accesible que la onda corta, sobre todo porque permite tener una lógica, un puente, esa ubicuidad, ese montarse en un sistema mayor y hacer lo propio.

Por lo tanto, Para Adriana Amado es necesario abandonar la idea de la comunicación como un instrumento, un cable, un soporte, o una frecuencia, pues es necesario entender que la comunicación es un lenguaje que se manifiesta en distintos soportes; por eso, los soportes son irrelevantes sobre todo con las opciones que brindan las nuevas tecnologías.

Cuando se habla de una radio, observa Adriana Amado y sobre todo de una radio que está relacionada con la Comunidad evangélica en América Latina se tiene que entender que la religión evangélica es la que más está creciendo y una de las razones es que el mensaje evangélico es uno de los que está calando más en la gente y en la comunidad, más que cualquier religión. Esto se produce según Adriana Amado, porque los evangélicos han sabido integrar la narrativa del entretenimiento a su mensaje, es por eso su eficacia. La comunidad evangélica se ha apropiado de una percepción, del lenguaje de la cultura, del entretenimiento y del goce de la comunidad para transmitir su mensaje.

Después del evento histórico que fue la “caída del Muro de Berlín” y de todos los cambios que surgieron, lo que le llama la atención a Daniel Oliva⁸ es que todavía hasta estos días en la comunicación cristiana permanece el discurso de “alcanzar a los pueblos no alcanzados”, ese es el imaginario de la eterna cruzada. Radios cristianas como HCJB, ya no necesita tener un equipo que transmita el mensaje en “30 idiomas” por onda corta para llegar a lugares remotos o a zonas en donde existen restricciones políticas, ideológicas y geográficas, con el fin de llegar⁹ con su mensaje a esos “pueblos no alcanzados” que, en el pasado tenían que ocultarse en lugares secretos para sintonizar la señal de una emisora que les diera un mensaje de esperanza a aquellos que sobrevivían bajo un sistema dictatorial atroz.

Actualmente, con las nuevas tecnologías se ha dado un salto gigante en lo que respecta a escuchar un mensaje, porque cualquier persona inclusive los más jóvenes, pueden localizar cualquier mensaje dando un “click”. Lo más importante de todo es que la persona puede escuchar el mensaje cuantas veces quiera y al procesar el mensaje, puede sentirse inspirado o motivado para hacer algo donde esté. Pero lo paradójico de la constante referencia al objetivo de “alcanzar a los pueblos no alcanzados” para Daniel

⁸ La información registrada en este estudio es una síntesis de la entrevista realizada el 13 de abril del 2015 a Daniel Oliva, quien es de origen uruguayo, Licenciado y Master en Teología. Ha sido docente en Institutos de estudio bíblico de Argentina, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, México y Ecuador. En Ecuador también fue docente del Centro Cristiano de Comunicaciones, Instituto formado y administrado por WRMF-Radio HCJB. Ha participado en el desarrollo de la gestión de varias instituciones cristianas evangélicas de América Latina, una de ellas es Visión Mundial donde ha desempeñado funciones de Coordinador de compromiso cristiano y relaciones eclesiales y Coordinador de aprendizaje y movilización juvenil.

⁹ La “eterna cruzada” que repercute en un modelo de comunicación centralista y en el imaginario de un modelo que puede ser interpretado como vestigio de colonización que funcionó en una época determinada o que respondió a un determinado momento histórico.

Oliva es ¿No alcanzados con qué? y cuestiona ¿Sigue siendo válido ese discurso y el esquema de los pueblos no alcanzados?

Es importante entender que, el “Internet” y las nuevas tecnologías le cambia la cara a la comunicación radial. Lo que pasa es que el Internet está poblando el mundo y sus alrededores, pero a pesar de eso la radio sigue teniendo vigencia. Ahora ¿qué radio tiene vigencia? Para Daniel Oliva la que tiene vigencia es la “radio localizada” o “radio local”. Por ejemplo en Argentina la que mantiene su vigencia es la radio en la banda AM, que tiene un alcance nacional, pero que trata temas profundamente locales, no se mente a tratar el mundo y sus alrededores. Es decir, no tiene cabida en esa radio en la propuesta de “llegar a los no alcanzados” que tenía la onda corta. El Internet viene a ser un canal de comunicación para propagar la señal de la radio. Todas las radios actualmente tienen su “streaming” o suben sus programas podcast al internet y están al alcance de todos, por eso el boom del Internet está desafiado a la radio.

En los efectos que ha producido la nueva tecnología, Daniel Oliva considera que todavía no se ve que la Radio HCJB haya entendido, cómo relacionarse con el público a través de las nuevas tecnologías. Este criterio según Daniel Oliva surge, porque al escuchar la Radio HCJB tiene la impresión de que a nivel local, la Radio HCJB no tiene una definición de ¿cuál es su target? Y por supuesto ¿Cuál es el target real? esto sucede porque existe un target “utópico” declarado, que es una radio juvenil y en realidad ningún joven escucha la Radio HCJB. El mensaje de esta Radio sigue siendo un mensaje de conquista desde la superioridad ante el otro. Daniel Oliva identifica que la raíz de este mensaje es la comprensión teológica que se tiene y no sabe si los comunicadores cristianos en algún momento van a entender que el mensaje que aún se mantiene, sigue siendo el de nosotros acá y el resto allá.

Cuando en la comunicación cristiana se hace algún puente de conexión con los que están allá es para traerlos acá, no para nosotros entender lo que pasa allá. Cree Daniel Oliva que para entender lo que pasa allá, se requiere estudiar lo que en verdad pasa allá y no solo suponer que ya se lo ha hecho. Esto sucede porque no es algo frecuente que los medios de comunicación cristiana o religiosos hagan un estudio sobre su audiencia o aún más allá, un estudio de posicionamiento. Daniel Oliva observa que más allá de la coyuntura de no tener fondos económicos para hacer este tipo de estudios, el problema es que no está en el imaginario de la gente que dirige los medios de

comunicación religiosa, la necesidad de saber qué pasa más allá de las cuatro paredes del medio de comunicación.

Por otro lado, Daniel Oliva declara que: él es pastor, ministro y religioso, pero reconoce que el cristianismo es una religión básicamente excluyente de las otras religiones. Al decir y ser Cristo la piedra angular de la fe cristiana y que solo Él es quien puede dar salvación, porque es el único mediador entre Dios y los hombres, excluimos las otras mediaciones que presentan las otras religiones. Pero asumiendo que, la ciudad de Quito y el Ecuador son el bastión de otra confesión cristiana como la católica-romana, se tiene muchos más puentes de conexión para la transmisión del mensaje de Cristo, que si se quisiera transmitir este mensaje en Turquía o en Kazajistán, países donde menos del 1% confiesa ser cristiano ¡Esa es otra realidad!

La realidad es que, en el Ecuador y Latinoamérica se podría alcanzar una mayor conexión y todavía aún más, si una radio como HCJB quiere captar la atención de una audiencia juvenil. Para ello se debería estudiar ¿qué pasa con la generación del milenio o “Milenials”? Los “Milenials” son gente que no tiene ningún interés en el discurso de aceptación religiosa; pero a los “Milenials” les encanta Jesús, con Jesús no tienen ningún problema, lo reconocen como su salvador, como su señor, su maestro, como su amigo en los momentos más críticos. Hoy por hoy, a pesar de las distancias culturales y económicas, la globalización ha traído mucho de esa identidad a los jóvenes de Ecuador. Por poner un ejemplo: a los jóvenes no les interesa discutir más sobre la teoría de la evolución. No discuten eso porque ya no les interesa.

Entonces estamos frente a la búsqueda de la identidad del medio de comunicación que desde el principio tenía un mensaje bíblico específico. El mensaje lo emitían gente preparada teológicamente y algunos habían sido formados teológicamente en la iglesia católica-romana. El punto es que esos comunicadores del mensaje tenían el conocimiento teológico y además tenía el conocimiento de lo que había pasado en su vida al conocer el mensaje de la Biblia. Entonces podemos decir que ellos tenía lo teórico y lo experiencial, eso es lo que le daba validez y credibilidad al mensaje. Esos elementos permitieron que la comunicación de Radios como HCJB concrete su identidad en América Latina.

Cuando se descentraliza la comunicación de la Radio HCJB y opta por ser la mediadora para el surgimiento de radios locales, pierde el control de lo que se comunica

y pierde el punto de contacto de su base. Entonces su base queda reducida a un ámbito mucho más influyente, porque está en la capital del Ecuador, pero pierde el contacto con la vivencia de la gente de afuera, la que está en algún lugar remoto. Esta gente ya no le escribe una carta a HCJB en Quito, ya levanta el teléfono o camina tres cuadras y va al estudio de la radio FM de su localidad y ahí puede hablar con la gente y comunicar sus necesidades, encontrar el apoyo de una consejería, etc. Entonces HCJB que era la centralizadora de la comunicación, no solo pierde el control de lo que se comunica, sino el contacto con la gente.

De esa manera se va encerrando en una burbuja, muy capitalina, pero además parecería ser que quiere repetir el mismo esquema de hace treinta años ahora. La diferencia está en que, ahora en general los comunicadores de ese medio de comunicación no tienen el conocimiento, la formación especializada y no sé si no tienen la experiencia pero a veces lo que se escucha es un metal que retiñe y peor porque no se hace el nexo, no hay puente con la audiencia y ni siquiera quiere escuchar a la audiencia o al otro; no sabe lo que está pasando y tampoco se preguntan ¿Cuáles son los temas o los problemas? o ¿por dónde va la vida de la gente que escucha el medio radial? Y encima se pretende llegar a un target tan difícil como el juvenil, cuando ese segmento de la sociedad no escucha radio. Existen muy pocas radios que puedan establecer conexiones con la juventud.

Daniel Oliva considera que la comunicación cristiana si necesita del pastor, del teólogo, cree que actualmente la Radio HCJB, no tiene aquellos pastores, teólogos que puede dialogar y entender la lógica del mundo actual. La Radio HCJB no necesita un pensador biblista que habla a cristianos de su segmento, le parece que la comunicación requiere de un pastor que dialogue con la cultura actual, que esté en contacto directo con el segmento de la población a la que se va a dirigir. Si el comunicador cristiano no entiende lo que pasa con el segmento al que se dirige, no entiende el proceso de comunicación y no puede transmitir un mensaje con un verdadero contenido.

Debe quedar claro según Daniel Oliva que, el mensaje es uno solo: Jesucristo es el fundamento del cristianismo; por lo tanto, el mensaje debe dialogar con las culturas así como Jesús dialogó con las culturas. Esto se conoce a partir de los discípulos, quienes escriben el mensaje a través de su vivencia y lo importante fue que, el mensaje podía ser entendido por la gente más pobre de Palestina, así como por la gente más

capacitada de Grecia. La comunicación debía tener vigencia, para que el mensaje de la muerte de Jesucristo y su resurrección, pueda tener sentido para gente que no tenía nada que ver con esa situación y que en su contexto original, el mensaje no tendría sentido para ellos.

Daniel Oliva cree que mediadores como los discípulos, un ejemplo de ellos es San Pablo, tuvieron la capacidad de convertir el mensaje en principios transferibles que establezcan nexos con las culturas. El problema actual para Daniel Oliva es que, ese tipo de comunicadores y pensadores, no están siendo formados actualmente en los seminarios bíblicos e instituciones académicas en Ecuador y cree que los que vienen de Estados Unidos con un formato “evangelístico del norte”, son bastante deficientes.

Por otro lado, la comunicación artesanal que surge de la comunicación enfocada en el desarrollo tecnológico de los medios, maneja los códigos para satisfacer al oyente. Esta comunicación parecería mucho más real, mucho más aterrizada, pero la pregunta es ¿por qué no está llegando el mensaje? El punto es que, los que están haciendo la intermediación entre el mensaje y la audiencia, todavía no han cruzado la frontera de su medio de comunicación, para llegar a donde está su audiencia. Este cruce se lo debe realizar sabiendo que se encontrará con oposición al mensaje y muchas veces se experimentará el rechazo, como se observa que le sucedió a Jesús en el relato bíblico.

3. Capítulo tercero

Breve reseña histórica de la comunicación de la Radio HCJB

La historia relatada en los registros bibliográficos encontrados durante esta investigación, muestra la causa y el objetivo original para transmitir el evangelio a través del ritual diario que estableció la Radio HCJB con su programación en el siglo XX. El establecimiento de “Ritualidades” en su comunicación tuvo efectos en la audiencia de Ecuador y esto motivó a que la Radio HCJB buscara el desarrollo tecnológico y comunicacional que permitiera transmitir el mensaje del Evangelio a casi la totalidad de regiones geográficas del mundo. Sin embargo, a partir de la década de 1990 se registra cambios en la estructura y la comunicación de este medio. El relato histórico muestra el desarrollo de la comunicación de la Radio HCJB en el siglo XX y el proceso de descentralización de su comunicación, a través del cambio tecnológico y la inserción de este medio en el sistema de información globalizado.

3.1. La comunicación radial del Evangelio

¿Qué sentido tiene la transmisión del evangelio a través de la radio como un ritual de cada día y por qué no basta con solo el ritual de la iglesia el día domingo?

La visión de Martín-Barbero explica claramente que:

La mediación de las Ritualidades nos remiten al nexo simbólico que sostiene toda comunicación: a sus anclajes en la memoria, sus tiempos y formas, sus escenarios de interacción y repetición. En su relación con los formatos Industriales (discursos, géneros, programas y parrillas o palimpsestos) las Ritualidades constituyen gramáticas de la acción – del mirar, del escuchar, del leer – que regulan la interacción ente los espacios y los tiempos de la vida cotidiana y los espacios y tiempos que conforma los medios. Lo que implica, de parte de los medios, una cierta capacidad de poner reglas a los juegos entre significación y situación. Pero una cosa es la significación del mensaje y otra aquello a lo que alude la pragmática cuando plantea la pregunta por el sentido que para el receptor tiene la acción de oír radio...” (Martín-Barbero, 2002(a):19)

Con esta declaración Martín-Barbero muestra la importancia que tienen las “Ritualidades” en la comunicación, porque el soporte que dan las “Ritualidades” en la transmisión de un mensaje es que crean hábitos en la memoria del receptor, marcan los tiempos y la forma de comunicar; pero además, porque establecen escenarios de integración y reproducción de lo comunicado. Esto despierta en el receptor la acción fiel “del mirar, del escuchar, del leer”. El establecimiento de “Ritualidades” implica que, el

medio de comunicación debe tener la capacidad de definir con claridad sus objetivos y sus acciones para que exista el sentido y motivación de receptar el mensaje.

Para Clarence Jones fundador de la Radio HCJB, la Santa Biblia habla de la voz que difunde “la gloria de Dios” a todo el mundo, por lo cual señala que: “hay una fuerza vital en la radiodifusión, que se encuadra dentro de la belleza de las Escrituras. El salmo 19 dice: ‘los cielos declaran la gloria de Dios. Su voz fue por toda la tierra y, hasta el extremo del mundo, sus palabras’”. (WRMF, 1991:2)

Al surgir la Radio HCJB, los fundadores de este medio tenían bien claro que era un privilegio que el gobierno Ecuatoriano, su pueblo y su cultura, les permitieran predicar el mensaje del Evangelio diariamente a través de sus frecuencias radiales y por eso realizaron la siguiente declaración:

Nosotros no estamos aquí para empujar una nueva religión por las gargantas de la gente; sino simplemente para compartir la revelación de Dios: que Jesucristo vino a este mundo, habiendo nacido de una virgen, que vivió una vida perfecta y llegó a la cruz, en donde, con Su Sangre pagó por los pecados de los hombres que creyeron en Él; que ahora Él está sentado a la diestra del Padre y que Él ha enviado a Su gente, para divulgar esta sencilla y maravillosa historia, de que Dios amó tanto al mundo, que nos entregó a su único Hijo. (WRMF, 1991:22-23)

Por su parte el Dr. Abraham C. Van Der Puy, ex Presidente de World Radio Missionary Fellowship realizó la siguiente descripción de lo que se constituyó como uno de los principales medios de difusión del evangelio a nivel mundial:

En un mundo de televisión y videocintas, de radio AM y FM, ¿estará alguien escuchándonos? Sí, gracias a Dios. La radio y, particularmente la onda corta de la radio, es todavía un instrumento útil en la batalla en bien de la mente y el alma de los hombres – un valioso instrumento para llevar el Evangelio a dos mil millones de personas que viven más allá del alcance de la actividad misionera tradicional.

Uno de los mejores índices de que existe un auditorio atento, es el monto de inversiones que los gobiernos del mundo dedican a sus emisiones en onda corta.

En varios países del mundo, la única fuente de información es la radio gubernamental. La gente que vive en esos países, sintoniza estaciones extranjeras en sus radios de onda corta, porque necesitan saber lo que está sucediendo en el exterior.

Existe todavía, gente que vive en zonas rurales y que tienen que usar sus radios de onda corta para lograr una sintonía satisfactoria. Y aunque las grandes ciudades pueden tener 25 o más estaciones de radio AM y FM, la señal más fuerte de AM (50.000 vatios es la mayor potencia permitida en los Estados Unidos), solamente alcanza una cobertura de unos 30 kilómetros durante el día, aumentando en la noche unos posibles 800 kilómetros. En contraste, las señales de onda corta van literalmente a todo el mundo, desde el Ecuador hasta el Polo Norte o el Polo Sur, desde el este o el oeste.

Solamente en la Unión Soviética hay por lo menos 40 millones de receptores de onda corta. En 1983, una denominación evangélica de la Unión Soviética tuvo 12.000 adiciones a su número de miembros y ochenta por ciento de ellos –casi 10.000- dijeron que su primer contacto con el Evangelio se produjo a través de una transmisión misional de radio en onda corta.

De acuerdo con la Enciclopedia Cristian Mundial (World Christian Encyclopedia), ‘Hay más de 40.000 congregaciones cristianas que han nacido únicamente a través de la radio’.

HCJB transmite solamente dos horas por día en japonés y, sin embargo, ha recibido unas 7.000 cartas por mes como respuesta. El servicio en idioma inglés transmite a todo el mundo, así como a Norteamérica. Y a pesar de tantas estaciones en AM y FM con que cuentan los oyentes, el correo que llega de Norteamérica, la respuesta a la programación en inglés, es de cerca de 2.000 cartas en algunos meses.

Hace algunos años, el Dr. Donald Barnhouse, hablando por HCJB en el programa Back Home Hour realizó un experimento. Cierta día anunció: “A quien escriba diciéndonos que está escuchando este programa, le entregaré uno de mis libros”. A la mañana siguiente habían llegado una decena de cablegramas y el Dr. Barnhouse debió enviar 275 libros, en unas pocas semanas.

Una vez, durante mi transmisión matinal en español desde Quito, pedí a los oyentes me enviaran sus fotografías, sentados junto a sus radio-receptores y ofrecí un premio para la mejor fotografía y otro para la que llegara desde más lejos. Las repuestas llegaron desde Alaska en el norte, hasta la Tierra del Fuego en el sur y de todas partes entre esos dos puntos...

El Señor continúa haciendo esta clase de cosas, por todo el mundo. Sí. La gente escucha la radio en onda corta y un incalculable número de miles de vidas están cambiando, gracias a eso. (WRMF, 1991: IX-XI)

Sin embargo, la paradoja que se presentaba era que las transmisiones de onda corta de la Radio HCJB daban una cobertura casi mundial, pero la señal en el Ecuador no cubría todo el territorio, por lo cual líderes de la Radio HCJB fundaron en 1956 “la Red Evangélica para todo el Ecuador” AEGN (All Ecuador Gospel Network). Esta Red tenía como objetivo ofrecer en forma gratuita a las radios comerciales del Ecuador, cintas con programación producida profesionalmente, que tenían una duración de 30 minutos y su contenido era programación cultural y el mensaje del evangelio. En 1966 la AEGN estaba contribuyendo con 1.000 horas de producción por mes, que no tenían costo para las 60 estaciones de radios comerciales que transmitían esta programación. (WRMF, 1991: 109)

Cuando el Gobierno ecuatoriano comenzó la asignación de frecuencias FM por parte del Gobierno ecuatoriano, la Radio HCJB solicita una frecuencia para Quito y otra para Guayaquil. La FM de Guayaquil fue la primera en ser asignada. La Radio HCJB-2

en FM comienza sus transmisiones “el 1 de noviembre de 1972, con un formato agradable al oído, de música instrumental, música clásica, popular y evangélica, intercaladas cada hora o cada media hora, con ‘cápsulas de Buenas Nuevas’, de tres a cinco minutos de duración, muchas de ellas preparadas por el Rev. Miguel Lecaro”. (WRMF, 2000: 110)

En 1974 la FM estéreo en Quito inicia sus transmisiones y tanto en Guayaquil como en Quito, la Radio HCJB llega a constituirse como una fuente imparcial y objetiva de noticias. “La música nacional y la promoción de la cultura ecuatoriana” también llegan a ser parte importante de la Radio HCJB a nivel local. Algo que llamaba la atención fue que las transmisiones no eran interrumpidas por anuncios comerciales, sino que se daba prioridad a mensajes de paz y dignidad para los seres humanos, la música era placentera y producía regocijo porque daba gracias a Dios. La música reflejaba cultura y era encantadora, las voces que conducían la programación eran placenteras de índole tranquila y mesurada, con agradable modulación y probada experiencia. Así describe a la Radio HCJB un editorial del Diario “La Razón” de Guayaquil, pero además señala: “‘El Evangelio en estéreo’ podríamos decir. Una maravillosa ‘trampa’ para encontrar a Dios, por medio de la música. Vale la pena sintonizar esta extraordinaria e inusual estación”. (WRMF, 2000: 110)

Las personas que con mesura y seguridad transmitían el mensaje del evangelio de Jesucristo a través de sus frecuencias AM y FM, algunas eran de origen estadounidense, pero en su gran mayoría provenían de diferentes partes de Iberoamérica, principalmente de Ecuador, República Dominicana, Guatemala, Chile, Perú, Argentina y España; estas personas se habían preparado no solo en la comunicación y la evangelización, sino que contaban con probada trayectoria en la exposición e instrucción de la Biblia en la cultura de América Latina, pero sobre todo evidenciaban una ferviente relación con Dios a través de sus mensajes. Por esa razón, los comunicadores cristianos de la Radio HCJB de esa época, tenían la capacidad de diseñar mensajes para ayudar al oyente en su diario vivir, los mensajes muchas veces eran cortos pero agudos, se presentaban tan claros y directos que penetraban el espíritu de los oyentes y les hacían meditar. (WRMF, 2000: 77-110)

Para 1983 la Radio HCJB con la cooperación de la Iglesia Misionera Evangélica en Ecuador puso en funcionamiento la primera repetidora de FM en Esmeraldas, luego

se instaló otra en Ambato y en 1988 se instaló una adicional en el sur de Quito (WRMF, 2000: 111). De esta manera, se buscó mejorar las transmisiones radiales en el Ecuador. Sin embargo, es necesario conocer que para alcanzar la cobertura que tuvo la Radio HCJB, implicó una serie de sacrificios y de trabajos no convencionales, que requerían de destrezas especiales. El Ing. Erick Moore, Director de la División de Servicios Técnico de la Radio HCJB declara:

Cuando uno trabaja a 3.300 metros de altura y a kilómetros de ninguna parte, a menudo hay que encontrar una manera diferente de hacer las cosas. A veces hemos estado enfrentando un problema y solamente hemos podido bajar la cabeza para orar: “Señor, tienes que mostrarnos cómo manejar este asunto”. Y milagrosamente llega una idea. Ella tiene que venir del Señor, porque no sabemos si alguien más hubiera podido hacerlo de esa manera. Y funciona. Damos a Dios la gloria por todas las cosas creativas que nuestros ingenieros han podido efectuar. (WRMF, 1991: 150)

El sentido de la ritualidad de la comunicación del evangelio a través de la Radio HCJB tenía la intencionalidad de crear hábitos en su audiencia a través de la instrucción bíblica diaria, para lo cual contaba con los recursos tecnológicos, económicos y humanos para realizarlo, pero sobre todo buscaba la guía de Dios para hacerlo.

3.2. Expansión tecnológica y comunicacional de la Radio HCJB

En el informe anual de 1995 el Presidente de World Radio Missionary Fellowship¹⁰ (WRMF), Dr. Ronald Cline, describe que cuando los misioneros Jones y Rubén Larson junto con sus esposas fundaron la Radio HCJB, no imaginaban la proyección que Dios tenía para esta radio. Ellos sólo sabían que Dios les estaba pidiendo que iniciaran una estación de radio en América del Sur y en su corazón solo eso estaba claro. (WRMF, 1995: 3)

Cline relata que, para el año 1995 la Radio HCJB había ayudado a iniciar otras estaciones en Moldavia, Micronesia, Zaire, Belice y docenas de otros lugares de África, Eurasia, América Latina y América del Norte. Esa estación radial también se involucró en el cuidado de la salud, la producción de programas de televisión, la formación y la instrucción de comunicadores sociales, pastores, profesionales de la medicina y educadores en todo el Ecuador y en diferentes partes del mundo. (WRMF, 1995: 3)

¹⁰ WRMF organización propietaria de la Radio HCJB en Quito que inició sus transmisiones de radio el 25 de diciembre de 1931.

El mensaje que se emitió a través de la Radio HCJB inicialmente se transmitió en inglés y español, pero luego en ruso, quechua, japonés, ucraniano, alemán, uzbeko y muchos otros idiomas en todo el mundo, durante todo el día. Esos primeros misioneros formaron un equipo con cerca de 1.000 misioneros y empleados. (WRMF, 1995: 3)

En cuanto al equipo tecnológico utilizado en 1995, Cline describe que antenas parabólicas que tenían la capacidad de captar la señal satelital eran añadidas a las antenas de FM, AM y onda corta que ya existían, con la finalidad de continuar con la difusión de los programas del Evangelio a todo el mundo. Lo importante que destacaba Cline es que desde el Ecuador, se han creado oficinas en lugares como Inglaterra, Suecia, Australia, Alemania, Suiza, Argentina, Canadá, Nueva Zelanda, Japón, Brasil y la República Checa. A partir de un solo taller en Quito, surgió un centro de ingeniería que se estableció luego en Elkhart, Indiana, para diseñar y proporcionar equipamiento especial para todos nuestros ministerios de todo el mundo. (WRMF, 1995: 3)

Lo sorprendente para Cline es que, una estación de radio pequeña ubicada en Quito, haya dado a luz a una serie de estaciones que también se encontraban a lo largo de la frontera México-Estados Unidos y en diferentes partes del mundo, pero no solo eran estaciones de radio sino que llevaban el evangelio a millones de personas. Por todas estas razones, Cline declara: “Todo esto, y mucho más... sólo porque dos hombres estaban dispuestos a empezar la obra y dejar que Dios haga de ello lo que Él quiera. A manera de reto Cline pregunta al lector del informe: ¿Cuál es tu compromiso? ¿Vas a dejar que Él te guíe? ¿Y convertirte en más de lo que pudieras imaginar? ¡Todo eso, y mucho más!” fue el reto que en ese momento planteaba WRMF y la Radio HCJB. (WRMF, 1995: 3)

Para fines del siglo XX, las oportunidades para la Radio HCJB a nivel mundial se expandieron principalmente en la región de Euro-Asia, región que presentaba una serie de complejidades, señala David Kealy, quien era director de la Radio HCJB para esa región. Kealy dice: "Durante siete meses el año pasado, mi esposa, Sharon, y yo vivíamos en Kiev, Ucrania, ya que sentimos la necesidad de estar más cerca del área donde estaba nuestro ministerio. Oramos para que Dios nos ubique en una zona desde donde podríamos proporcionar suministros de radio y equipos, así como dar motivación estímulo a quienes lo necesitaban". (WRMF, 1995: 9-15)

El informe de la Revista "Around the World" escrita por WRMF, se indica que gracias a la labor de los esposos Kealy y de misioneros provenientes de Gran Bretaña, Suecia, Suiza y los EEUU, la Radio Mundial HCJB había establecido alianzas ministeriales con iglesias en todo Euro-Asia. Estas alianzas se produjeron debido a que, los países políticamente otorgaron los permisos para hacerlo, esto abrió las puertas para el surgimiento de radios cristianas a nivel local. Con este objetivo, se distribuyeron muchos transmisores portátiles, construidos por los ingenieros de la Radio HCJB, quienes eran misioneros en Elkhart-Indiana. El informe en esta revista anual indica que técnicamente para 1995 se había instalado en el mundo 12 transmisores de onda corta, 155 transmisores portátiles para FM y 37 estudios de grabación portátiles. (WRMF, 1995: 9-15)

Para fines del siglo XX, el Director de Comunicaciones de la Radio HCJB Glen Volkhardt, consideró que trabajar con equipos de personas que transmitían el evangelio de Jesucristo a través de la radio en diferentes idiomas desde Quito, fue una experiencia en la que él pudo ver como Dios obró en las vidas de personas de todas las clases sociales, culturas y regiones geográficas. Volkhardt dice: "Ya se trate de oyentes en Túnez, Estados Unidos o Japón, vemos cómo la gente responde al mensaje de su Palabra..."¹¹. (WRMF, 1995: 9-15)

Sin embargo, los cambios en la comunicación a nivel mundial presionaban a que la Radio HCJB también realizara cambios, principalmente en lo referente a la tecnología que se usaba para la transmisión de programas radiales. Por esta razón, Glen Volkhardt señala que, 1994 significó para la Radio HCJB un "año de retos", ya que decidió iniciar la transmisión de sus producciones a través de la Cadena satelital ALAS. Las estaciones afiliadas a esta Cadena retransmitían la producción diariamente a los oyentes en México, Ecuador, República Dominicana, Panamá, Estados Unidos, Argentina y el Caribe. (WRMF, 1995: 5)

En 1994, la Radio HCJB también decidió re-evaluar el uso de la onda corta en la difusión del Evangelio. Esta determinación se tomó según Volkhardt, debido al incremento de opciones tecnológicas que los medios de comunicación disponían en ese momento para alcanzar a una potencial audiencia. Los Directivos de la Radio HCJB debían asegurarse de que estaban utilizando los mejores medios posibles para la

¹¹ Volkhardt al decir "el mensaje de su Palabra", está hablando a los programas radiales a través de los cuales se transmitía el mensaje bíblico.

difusión del evangelio; por lo tanto, Volkhardt dice: "Se determinó rápidamente que en términos de nuestra inversión de dinero y personal, las transmisiones por onda corta eran muy costosas". (WRMF, 1995: 5)

El Director para la Región América Latina de la Radio HCJB Chuck Howard, observó que en 1994 se realizó un duro trabajo, lleno de emociones y varios cambios organizativos en el Ecuador, debido en parte a la alianza estratégica que se realizó con Transworld Radio (TWR) para la formación de la Cadena ALAS. Esta Cadena llegaría a ser la primera red de radio cristiana vía satélite para América Latina, que tenía como objetivo captar audiencia juvenil y al público secular que se encontraban en las zonas urbanas. (WRMF, 1995: 5)

3.3. La comunicación vía satélite de la Radio HCJB

En 1992 comunicadores cristianos de América Latina se reúnen en Santa Cruz – Bolivia en el primer congreso de COICOM. Entre los asistentes a este congreso se encontraba Glen Volkhardt representando a la Radio HCJB y Jim Munger en representación de Trans World Radio (TWR). El objetivo de este congreso fue reunir a comunicadores cristianos con la finalidad de establecer objetivos que permitan llevar a través de diferentes medios de comunicación el evangelio de Jesucristo a todo el continente americano. En este contexto, Dairo Rubio¹², comenta que los funcionarios de las dos radios presentaron sus ideas de lo que sería una cadena cristiana de radiodifusión vía satélite. El proyecto consistía en la distribución de “programación a emisoras locales desde México hasta el punto extremo al sur de Chile”. (Rubio, 2004: 44)

En relato que realiza Dairo Rubio sobre la conformación de la primera cadena satelital de radiodifusión cristiana en castellano, señala que, la primera reunión oficial para determinar parámetros que se seguirían con el fin de consolidar este proyecto se realizó en marzo de 1993, en las instalaciones que TWR tenía en Bonaire. Para ese momento, TWR había tomado la determinación de apagar sus transmisiones radiales por onda corta, debido a que mantener este tipo de transmisiones eran “extremadamente costosas, y algunas encuestas a la audiencia mostraban que en América Latina, la audiencia estaba abandonando este medio masivamente.” (Rubio, 2004: 44)

¹² Dairo Rubio, primer Director Ejecutivo y productor de la Cadena ALAS

En mayo de 1993 en la ciudad de Quito se realizó la segunda reunión. Durante esta reunión se consolida a través de la legalización de documentos la alianza estratégica entre TWR y la Radio HCJB. En esta reunión también se tratan temas como requerimientos técnicos, programación y se llegó a la decisión de que esta cadena radial se llamaría ALAS, “sigla para América Latina Vía Satélite”. (Rubio, 2004: 46)

Inserción de nueva tecnología para la comunicación de la Radio HCJB

En la década de 1990, la Radio HCJB en el Ecuador tenía repetidoras en la Costa, Ambato y su proyección era “poner más emisoras al aire” en la Amazonía. Miembros del Congreso del Ecuador apoyaban la idea de la creación de radios cristianas en las zonas fronterizas, “pues consideraban que esto ayudaría a evitar que la juventud del Ecuador se corrompiera más”. Pero adicionalmente, el objetivo del Congreso era que se retransmitieran a través de estas radios las sesiones del Congreso. Por esta razón, se realizó contacto con EMETEL, institución que se encargaba de los sistemas de comunicación del Gobierno ecuatoriano y que era la organización que oficialmente tenía acuerdos internacionales con empresas de servicio satelital. Dairo Rubio relata que la gestión de acceder a un sistema satelital a través de EMETEL no tuvo éxito. (Rubio, 2004: 46- 47)

Ante esta situación, el Ingeniero de la Radio HCJB David Russell, quien había trabajado en el diseño y construcción de satélites para comunicación en la Corporación Aeronáutica Hughes, se puso en contacto con algunas personas conocidas que trabajaban en la proveedora de servicios satelitales INTELSAT. Después de varias conversaciones con la proveedora del servicio, David Russell consiguió suficiente espacio en el segmento satelital que cubría transmisiones “desde el norte, en Canadá hasta la región Antártica. Y de este a oeste, alcanzaba desde las Montañas Rocosas en los Estados Unidos hasta Moscú, y hacia abajo cubría casi toda África”. (Rubio, 2004: 50)

Inicialmente, se presentaron situaciones difíciles debido a la saturación que el servicio satelital tenía en ese momento y parecía que no se llegarían a concretar las negociaciones. En esos momentos lo único que realmente pudieron hacer los Directivos de la Cadena ALAS fue pedir a Dios su guía y su provisión, relata Dairo Rubio. Finalmente, el contrato con INTELSAT se firmó. (Rubio, 2004: 50)

La Cadena ALAS comenzó el 10 de agosto de 1994 su transmisión oficial desde Quito, Ecuador, “con una antena casi ocho metros de diámetro como up link, la cual inmediatamente envió su maravillosa señal al... satélite INTELSAT IV 603”. El principal mensaje que se transmitía en la programación era que: “*Que Cristo ama, perdona y da esperanza al hombre*”. A partir de este momento, Dairo Rubio describe que se desplegó una “campaña agresiva” a través de eventos internacionales; esta campaña estaba dirigida a ministerios para eclesiásticos y tenía la finalidad de difundir el nuevo servicio de la cadena cristiana de radio por satélite. El objetivo principal de la cadena era ayudar a emisoras tuvieran interés en unirse a este gran proyecto para América Latina. (Rubio, 2004: 86)

Los equipos de transmisión que inicialmente la Cadena Alas adquirió en gran número fue el ABR 200, el decodificador fue construido por Constream. La primera antena receptora fue importada de los Estados Unidos y medía 2,40 metros. Distribuir este equipo a las afiliadas de la Cadena no resultó muy económico, ya que los gastos por envío a los diferentes países eran altos y los trámites en las aduanas demoraban, pero además eran costosos. Rubio relata que, por la emoción de tener afiliadas muchos de estos gastos los asumió la Cadena ALAS y en ocasiones “hubo ministerios y personas particulares que a través de las oficinas principales de la Radio HCJB y Radio Trans Mundial hicieron donaciones para comprar los receptores y las antenas, que fueron instalándose paulatinamente para bendición de la audiencia en todo el continente”. (Rubio, 2004: 87-88)

Debido a que no había manera en ese momento de monitorear la señal satelital, no se podía saber si había alguna irregularidad en la transmisión y la administración de ALAS comenzó a recibir quejas de las emisoras afiliadas sobre la señal. Por esta razón, en Quito se toma la determinación de que los ingenieros de la Radio HCJB fabriquen “un aparato que funcionara con memoria electrónica y que indicara exactamente en dónde se estaba dando la falla de la transmisión”. Este equipo sirvió para dar seguimiento a la programación y simultáneamente se monitoreaba la parte técnica de la transmisión, sin que sea necesario que un técnico viajara al lugar de la emisora que tenía el problema para solucionarlo. El CRRS fue el equipo que se construyó en serie y fue enviado a cada emisora, para poder registrar los problemas que tenía la transmisión y

poder “superar varios inconvenientes que en un comienzo parecían insalvables”. (Rubio, 2004: 88)

Al inicio de la Cadena ALAS, era necesario enviar a un técnico para instalar los puntos de bajada de la transmisión (Down link), esto incrementaba los costos de la afiliación. En ocasiones la afiliada aportaba con parte de los gastos, pero otras veces la cadena absorbía estos gastos. Por esta razón, se buscó opciones para que las afiliadas recibieran instructivos que les permitiera a los encargados de la radio instalar sus propios equipos. ALAS comenzó en sus instalaciones de Pifo en Ecuador, a construir sus propias antenas para captación de la señal satelital, lo que trajo consigo una reducción significativa del costo del sistema. Esta antena de 1,20 que cabía en una caja, eran enviada a las afiliadas. (Rubio, 2004: 89)

Adicionalmente a principios del siglo XXI, la tecnología permitió que se pueda cambiar el sistema de receptores por el modelo ABR 2002. Para Dairo Rubio este equipo tuvo mejores características que el anterior, pero además con este sistema ALAS pudo ampliar su territorio de cobertura hasta África y Europa Meridional. (Rubio, 2004: 88)

“Nuevos modos de producción y circulación de la información ”

En los inicios, la Cadena Satelital ALAS fue proyectada como un ministerio de las Radios HCJB y TWR. Este ministerio tenía el objetivo de desarrollar sus servicios de comunicación radial, con la finalidad de atender necesidades que pudieran tener radioemisoras de América Latina. En el momento de mayor desarrollo la Cadena Satelital ALAS llega a tener 120 estaciones de radio afiliadas, distribuidas en 20 países de América Latina. (Rubio, 2004: 72-87)

Dentro de las estrategias para el desarrollo de esta Cadena Satelital Dairo Rubio señala que, estaba la cobertura de un mercado híbrido que comprendía radios seculares y radios cristianas, por lo tanto la programación contenía producciones evangelísticas, doctrinales, pero también se realizaron producciones “pre-evangelísticas”. Las producciones “pre-evangelísticas” tenían un mensaje “que llevaría una invitación abierta y sin que sonara tan religiosa. A la vez se escucharían los anuncios de “Línea de Confianza”, en donde se dramatizaba un problema social o familiar, y se dejaba la opción de que el oyente llamara en su ciudad a un número de teléfono en dónde se le ayudaba y luego se le presentaba a Cristo como solución”. (Rubio, 2004: 90)

La producción de los programas con mensaje “pre-evangelístico” adoptó un formato en el que se intercalaba música secular, “con participaciones cortas del locutor entre canción y canción, tratando temas cotidianos” y se dejaba la “inquietud” en el oyente para que al finalizar el programa, quien escuchaba el mensaje y oyera el spot de “Línea de Confianza”, tomara la decisión llamar a un número telefónico y solicitara la ayuda que requería. Cada radio que transmitía este mensaje debía tener alguien que estuviera pendiente para atender la necesidad de su audiencia. (Rubio, 2004:90)

Otro de los servicios que la Cadena ALAS desarrolló fue la cobertura de eventos cristianos en diferentes países de la Región de América Latina como “cumbres de evangelismo, conciertos musicales, conferencias y otros” eventos como “Marcha para Jesús”, donde el pueblo cristiano salió a las calles y plazas a dar su “testimonio vivo como cristianos”. Estas manifestaciones públicas que se realizaron simultáneamente en diferentes partes de América Latina, en Estados Unidos, y también en España, a partir de 1995 hasta el año 2000, según señala Dairo Rubio la asistencia era masiva y eran “miles de miles de gentes” desfilando para exaltar a Jesucristo. (Rubio, 2004: 90-92)

Desde 1996 hasta 1999 surge una bifurcación en la que según Rubio se quería tener “dos versiones de la cadena Alas, aprovechando los dos canales habilitados en el satélite. El canal A que es el que siempre se ha usado para enviar programación para radios cristianas, y el canal B, que estaba siendo acondicionado con programas para emisoras de corte comercial”. Para el canal B se inició “un servicio de noticias y deportes con formatos cortos que permitían ser insertados fácilmente en las parrillas de programación local”. Con este fin, la Cadena ALAS en 1998 inicia la cobertura de eventos deportivos internacionales como: el “Campeonato Mundial de Fútbol” en Francia y se produce el programa informativo “La Otra Cara del Mundial” que era un reporte de 10 minutos de duración en el que se informaba del acontecer en Francia y se transmitía en diferentes horarios durante el día vía satélite. Luego se dio cobertura a los Juegos Olímpicos de Australia en el 2000, en este evento se transmitió diariamente 3 reportes que fueron grabados originalmente en MP3 y que luego eran retransmitidos vía satélite a las radios de la Cadena ALAS. (Rubio, 2004: 93-94)

Para la realización de esta programación comercial la Cadena ALAS contrata a profesionales de otros medios de comunicación y conforma equipos de varias nacionalidades para transmitir eventos especiales en diferentes países de América

Latina. Dairo Rubio señala que la producción de estos programas era cuidadosamente planificada para alcanzar la excelencia en la comunicación de sus mensajes. Por esta razón, ALAS con la finalidad de proveer mejor calidad en la información trató de establecer una alianza estratégica con la cadena de noticias CBS, pero según Rubio por falta de seriedad por parte de CBS no se concretó el proyecto. (Rubio, 2004: 91-95)

Dairo Rubio relata con pesar que, después de fracasar el proyecto de noticias a principios de siglo XXI, las diferencias de opinión que surgió entre los Directores de HCJB y TWR al parecer llevaron a la determinación de que en el año 2002, la alianza en esta Región se disolviera. Como efecto de esta determinación, la cadena pasa a ser administrada en su totalidad por la Radio HCJB. (Rubio, 2004: 98-100)

En la reflexión que realiza Rubio señala que:

Cuando alguien comienza algo nuevo, por más que haya hecho planes y proyectos detallados, al ir experimentado se da cuenta de que hay que afrontar situaciones que no se habían tenido en cuenta, y eso sucede también con los grandes proyectos. En el caso de Alas, quizás por el desconocimiento se hicieron algunos esfuerzos adicionales o se hicieron gastos en cosas que no eran necesarias. Cuando somos pioneros, estamos expuestos a eso, pero de alguna manera aprendimos [...] Lo cierto es que no habían antecedentes que nos dieran la pauta en cuanto al manejo de ministerios satelitales en América Latina, y debido a esto, algunas veces fuimos engañados, otras contratamos a personas no muy identificadas con el propósito, y otras tantas dejamos de actuar cuando debíamos hacerlo. Yo mismo, hice críticas algunas veces por la incomodidad que sentía, pero tuve que darme cuenta finalmente que debía aportar más aun cuando no se me lo pidiera para superar entre todos la etapa de aprendizaje. Pese a todo lo difícil por lo que ha pasado Alas, hoy vemos con satisfacción que este ministerio se ha fortalecido en los últimos tiempos”.

3.4. La Radio local HCJB

La mayor parte de la programación que se transmitía en los diferentes idiomas a través las frecuencias de la Radio HCJB a nivel mundial, tenía el objetivo de llegar a públicos que se encontraban a miles de kilómetros de distancia del Ecuador. Glen Volkhardt, Director de Comunicaciones de la Radio HCJB en 1995 señala que, el servicio de programación en castellano a través de la radio local, tenían la tarea diaria de satisfacer las necesidades de los oyentes, quienes se encontraban en las cercanías de la estación en el Ecuador. La frecuencia HCJB-AM en Quito emitía un total de 20 horas y treinta minutos al día, a través de transmisores con 50.000 vatios de potencia. La frecuencia Estéreo FM transmitía las 24 horas del día en Quito, ciudad capital de Ecuador, que contaba en ese momento con un millón quinientas mil de personas y a Guayaquil, la ciudad más poblada del Ecuador, que tenía dos millones quinientas mil de

personas. HCJB contaba en 1995 con estaciones repetidoras de FM que transmitían a 5 ciudades costeras y centrales de Ecuador. (WRMF, 1995: 5)

El Director de la Radio HCJB en Quito Mark Irwin, relata que en 1995 cuando el conflicto fronterizo entre Ecuador y Perú había estallado, funcionarios militares ecuatorianos llegaron a las instalaciones de HCJB para felicitarle no sólo por el reportaje de noticias que emitía la Radio, pero por la programación moral y religiosa. Luego le preguntaron si habría la posibilidad de transmitir sus informes de noticias a los soldados de la frontera que estaban en zonas remotas. Por “coincidencia” Mark Irwin había recibido un cargamento de radios pre-sintonizados que captaban la señal en español de HCJB.

Irwin respondió: "Usted puede estar interesado en un proyecto con el que estamos haciendo pruebas. Tenemos pequeñas radios pre-sintonizadas para captar la señal de HCJB. ¿Le gustaría probarlas?" la respuesta fue "¡esto es lo que exactamente queremos! ¿Cuántos tiene?". Mark Irwin relata que en esa época los soldados no sólo necesitan de noticias, también necesitan programas con impacto espiritual. Días más tarde al ser entregadas las radios, los soldados que se encontraban en la zona remota donde estaba el conflicto con el Perú, podían oír claramente la señal de la Radio HCJB.

Irwin además relata que: los reporteros de noticias de la Radio HCJB viajaron hasta el lugar de disputa en la frontera, para cubrir minuto a minuto los acontecimientos. Según Irwin tenía conocimiento, el Presidente ecuatoriano Sixto Durán Ballén, Congresistas, Militares y personal diplomático seguían los reportes que la Radio HCJB transmitía.

Irwin describe que la radio pre-sintonizada era del tamaño de una taza de café, la energía que la hacía funcionar era solar, lo interesante es que estas radios eran solo una muestra que estaba siendo probada en Ecuador, debido a que en esta época HCJB estaba lidiando con la forma de mejorar su señal de onda corta para la transmisión de programas en español que estaban dirigidas a las zonas remotas de Ecuador, Colombia y el norte de Perú. Durante las investigaciones que se estaba haciendo al respecto, el gobierno ecuatoriano indicó que la programación moral y religiosa de HCJB no estaba llegando a suficiente gente de esas zonas.

La idea de radios pre-sintonizados que tenían los ejecutivos de HCJB, desafió a Galcom¹³ para diseñar una radio de onda corta, pre-sintonizada que cubriera las necesidades especiales que tenía HCJB en ese momento. Galcom respondió enviando 12 receptores a Ecuador y Mark Irwin de inmediato, también envió radios a un grupo de trabajadores que se encontraban en una parte remota de la selva amazónica. La señal llegaba tan clara, que inclusive un hombre le ofreció dar una vaca a cambio de una radio a Mark Irwin. El costo en esa época de estas radios era de \$ 10, entonces Irwin comenzó a imaginar el potencial que tendría la transmisión del mensaje de Dios, si se podría distribuir estas radios a los oyentes de zonas remotas que querían escuchar la programación en español y en Kichwa de HCJB. (WRMF, 1995: 11)

La experiencia que Mauricio Carpio evidencia que a fines del siglo XX, los programas que se transmitían a través de HCJB en sus frecuencias AM, FM y onda corta, tenían una temática que trataba sobre aspectos más bien domésticos de la vida y que posiblemente estos temas eran de interés individual. Este es el caso del programa “Aquí en Familia”, espacio en el que se trataban problemas familiares y salía a relucir problemas personales de la audiencia, con la finalidad de despertar un “debate público”. Carpio señala que este tipo de programa no se producía de una manera “arbitraria”, sino que un grupo integrado por 10 profesionales entre ellos “pastores, psicólogos, periodistas y voluntarios”, dedicaban tiempo para el diseño de “un programa semanal de una hora que tratara con seriedad, sobriedad y esperanza, problemáticas relacionadas con la pareja, la relación padres e hijos, la drogadicción, el alcohol y todos aquellos temas que antes no hubiesen sido tratados en un medio”. (Carpio, 2006: 46)

A pesar de que el formato de este programa fue tomado de programas similares que se producían en Estados Unidos, el equipo de producción investigaba a profundidad los temas para poder dar respuesta a la mayoría de las necesidades que surgieran de la audiencia durante el desarrollo del programa. “Hola Familia” era producido en vivo y Carpio considera que “el uso del teléfono fue una estrategia importante para que los oyentes participaran con sus comentarios y preguntas”. Los datos estadísticos que se registraron indicaron que había un promedio de una llamada por minuto.

¹³ Galcom: organización canadiense que fabrica y distribuye equipos de radio para las emisoras cristianas.

El programa “Aquí en Familia”, señala Carpio tocó un área álgida del público de Quito y de Ecuador, pero también otros países de América, “al punto de recibir llamadas de Estados Unidos, México, y otros países del centro y el Sur del continente. Hay que decir que HCJB poseía una infraestructura tecnológica que le permitía estos alcances, a través de la onda corta y más tarde del satélite”. Lo que llama la atención de Carpio es que la mayoría de las llamadas provenía de hogares y las personas que participaban se mostraban confiadas de contar sus intimidades, pero además “demandaba respuestas de los conductores y de las personas e instituciones dedicadas a la atención de los temas tocados en el programa”. Durante los tres años que duró este programa al aire la audiencia reportaba que era de soporte para su vida diaria (Carpio, 2006: 47- 48).

Carpio también destaca que otro programa que logró establecer un nexo con los oyentes en distintas partes del Ecuador, sobre todo con aquellos oyentes que se encontraban en zonas remotas fue “Himnos de la vida cristiana”. Para Carpio lo que este programa llegó a significar era evidente, no solo porque el programa operó sobre las necesidades de la audiencia, sino que la audiencia misma tuvo incidencia “en la marcha del programa”.

La audiencia de “Himnos de la vida cristiana” llamaba con el fin de saludar a través del programa a “algún pariente o amigo”, este saludo recuerda Carpio regularmente iba acompañado de un tema de música con mensaje cristiano. Los conductores del programa hacían reflexiones sobre “la importancia de afianzar los lazos filiales como parte de la responsabilidad cristiana”. Con el tiempo estos mensajes eran muy valorados por la audiencia, ya que “gracias al alcance que le brindaba la onda corta, algunos de los oyentes comenzaron a dejar ‘recados’ para sus familiares a más de los saludos”. Carpio cita como ejemplo el siguiente mensaje: “En Pedro Vicente, señorita, que le diga a mi mamá que no llego hoy, porque no me entregan los papeles, que escuche la radio mañana para informarle, por favor...”. (Carpio, 2006: 49)

Este tipo de servicio que la Radio HCJB brindaba, según señala Carpio, ayudó para que la Radio y el programa se fueran posicionando dentro de la rutina diaria de quienes escuchaban la radio y que no necesariamente en un principio eran “creyentes evangélicos”. (Carpio, 2006: 50).

4. Capítulo cuarto

Causas, determinaciones y efectos de los cambios en la comunicación mundial de la Radio HCJB a partir de 1990.

Del planteamiento que Jesús Martín-Barbero realiza sobre las tres instancias del “movimiento de ruptura” que se presentan en la comunicación a nivel mundial y de la información recabada a través de las entrevistas a profundidad realizadas a personeros de la Radio HCJB, se observa que las tres instancias son los ejes para observar las causas de los cambios en la comunicación de esta Radio y son la guía que lleva a la identificación de las determinaciones y los consecuentes efectos que se produjeron en este medio de comunicación masiva.

4.1. Causas para los cambios en la Comunicación de la Radio HCJB

La Radio HCJB inicia sus transmisiones en 1931 desde Quito-Ecuador. Este medio público tuvo un progresivo desarrollo hasta llegar en 1991 a convertirse en el “centro de radiodifusión no gubernamental” más grande del mundo. HCJB contaba con 11 estaciones y ensambló e instaló en Pifo¹⁴ 30 antenas de onda corta, incluida una antena dirigible con capacidad de un millón de vatios, que permitían la transmisión de programas en 18 idiomas y en más de 23 dialectos, las 24 horas del día. La señal de estas antenas estaba dirigida hacia “Centro, Sur y Norteamérica, el Caribe, Gran Bretaña, Europa, Escandinavia, Unión Soviética, Japón y Australasia”. (WRMF 1990: I)

En la entrevista realizada para esta investigación a Chuck Howard¹⁵, Director de HCJB en la década de 1990, él relata que la Radio HCJB tuvo que tomar determinaciones difíciles, porque de un momento a otro, el mundo se transformó en cuanto al panorama político, esto presentaba cambios drásticos en Europa y Asia debido a la caída del “Muro de Berlín”. Howard señala que muchos años, el soporte económico de la Radio HCJB dependía del ingreso que se recibía por la programación transmitida en el idioma ruso, este ingreso provenía de donaciones que, hacían personas quienes querían que el mensaje bíblico llegara a Rusia a través de onda corta, pero al abrirse la posibilidad de producir y transmitir en Rusia y desde Rusia con una inversión mucho

¹⁴ Pifo se encuentra a 45 minutos de la ciudad en Quito-Ecuador

¹⁵ Entrevista realizada en Octubre del 2014 a Chuck Howard

menor, se dejó de usar la onda corta desde el Ecuador y se optó más bien por un sistema satelital, a través del cual se transmitía programación de la Radio HCJB a pequeñas radios locales distribuidas en diferentes lugares. Este sistema con los años llegó a dar cobertura a toda la nación de Rusia. Esta situación fue una excelente oportunidad para llevar el evangelio, sin embargo, significó una baja considerable en los ingresos para la Radio HCJB que transmitía desde el Ecuador.

Chuck Howard aclara que no fue solo la política y la economía lo que cambió, también fue el uso de la nueva tecnología que surgió en la época, ya que con el Internet y satélite facilitaba la forma, el tiempo y costo de envío del mensaje bajaba. Frente a esta situación, deliberadamente la Radio HCJB tomó la determinación de no seguir agrandando la obra desde el Ecuador e inclusive decidió reducirla.

Operativamente señala Chuck Howard, parte del personal tuvo que ser movilizado hacia puntos estratégicos de desarrollo, por ejemplo a Elkhart en Indiana-Estados Unidos, donde la Radio HCJB tiene un centro de desarrollo tecnológico. En este centro se comenzó a construir transmisores pequeños que se podían meter en una maleta con la finalidad de que sea más fácil la transportación de los mismos y su instalación. Dentro de este sistema de radio difusión se pudo construir transmisores, antenas, controles, es decir todo lo que necesita una radiodifusora para poder producir y transmitir, pero la condición era que este equipo se pudiera transportar en maletas.

Una de las primeras radios en las cuales se usó este tipo de equipo, fue un una radio en África del Sur. Los reportes de sintonía que tuvimos fue que, en corto tiempo esa radio era la más escuchada en todo el País. A Chuck Howard lo que más le emocionó fue saber que inclusive la gente del gobierno de África del Sur escuchaba esa radio.

Chuck Howard señala con satisfacción que, la Radio HCJB ha brindado apoyo para que numerosas radios en todo el mundo puedan ser instaladas, equipadas y puedan producir programas para la transmisión del mensaje bíblico, Chuck Howard considera que más de 400 radiodifusoras en todo el mundo han surgido a través de este sistema. Entonces con certeza afirma Howard la Radio HCJB, se ha involucrado en diferentes lugares del mundo, donde se abrió la oportunidad de que surjan radios que desarrollen la comunicación a nivel local con calidad y eficiencia.

Estos cambios según Chuck Howard, no han sido fáciles y en muchas ocasiones han sido dolorosos, pero los resultados para él son increíbles, ya que tiene conocimiento que alrededor de un millón de musulmanes reciben la señal de radios que transmiten el mensaje bíblico. Esto en el pasado sería imposible, actualmente se lo está realizando a través del sistema que está instalado en la zona del Medio Oriente. Diariamente se puede observar como musulmanes ponen su fe en el mensaje de Jesucristo.

A través de estos cambios Chuck Howard considera que, la Radio HCJB comprendió que hacer programas desde el Ecuador para transmitirlo a otros países de otras culturas, que vivían realidades diferentes, no podía mantenerse por mucho más tiempo y era más efectivo que los productores estuvieran y/o fueran nativos de las diferentes localidades, que prepararan información, programación para las personas de esas localidades, según sus necesidades, pero sobre todo que puedan tener una interacción diaria con su audiencia. Esto para Chuck Howard es una comunicación más enriquecedora y eso fue lo que los Directores de Radio HCJB de esa época querían ver.

Chuck Howard, llegó al Ecuador en 1947 cuando tenía unos pocos meses de nacido, sus padres misioneros norteamericanos realizaron programas en idioma inglés para en Radio HCJB. Los padres de Chuck Howard le instruyeron para hacer programas radiales, y es así como en el Ecuador, comienza a los cinco años de edad en la apasionante labor de comunicar. Oficialmente, Howard después de realizar sus estudios universitarios a mediados de 1969 se une a la Radio HCJB como misionero. Desde entonces él ha tenido el privilegio de ver y ser parte de diferentes procesos por los cuales ha atravesado la Radio HCJB y a su criterio, muchos cambios se han producido pero lo que no ha variado la vocación que ha tenido la Institución para predicar el evangelio de Jesucristo y el deseo de servir a las personas.

Howard señala que cuando la Radio HCJB inició sus transmisiones, uno de sus objetivos fue brindar su apoyo para el surgimiento de iglesias donde la personas profundicen en el conocimiento de la palabra y su fe en Jesucristo, pero ahora cuando las iglesias se han consolidado y se ha incrementado su número de fieles, la Radio HCJB vio la necesidad que tenían las iglesias de establecer vínculos de comunicación a nivel local, para lo cual, la Radio HCJB ha provisto de equipos para producción y transmisión radial y también talleres de capacitación en los que se busca fortalecer a quienes transmiten el mensaje.

Howard cree que Dios permitió que se utilizara el sistema de onda corta, la transmisión de señal a distancia por mucho tiempo, porque en esa época no había la apertura para hacerlo en ciertos lugares. La Radio HCJB en el Ecuador no solo ha trabajado con el objetivo de fortalecer las iglesias o medios de comunicación para llevar el evangelio de Jesucristo, la Radio ha colaborado con muchos gobiernos más de 80 años. Con gratitud la Radio HCJB siempre ha tenido el deseo de servir al Estado ecuatoriano y por eso siempre ha estado alerta para la transmisión del Congreso y transmisiones remotas desde diferentes puntos del país, en momentos de desastres naturales como terremotos, épocas de guerra en la frontera con el Perú. Pero además la Radio HCJB tomó determinaciones para brindar ayuda social a través de obras humanitarias, servicios de salud, proyectos de agua potable en comunidades rurales y proyectos de educación.

Chuck Howard aclara que todas estas actividades se ha realizado sin que, de por medio, exista de parte de la Radio HCJB intereses políticos o partidistas, solo considera que se han presentado oportunidades importantes, en las cuales la Radio ha podido servir al Estado ecuatoriano, es decir a los gobiernos de turno y al pueblo, pues la Radio HCJB reconoce la responsabilidad que tiene con el País que le acogió de una manera tan amable, por lo tanto a través de los años la radio ha tratado de ayudar en todo lo que fue posible.

Chuck Howard recuerda alguna ocasión en la cual un gobierno en el Ecuador suspendió la programación que transmitía las radios, pero la única que pudo continuar transmitiendo su mensaje fue HCJB, porque reconocían que esta Radio no tenía fines políticos. Al servir todos estos años desde el Ecuador, Chuck Howard considera que la Radio HCJB ha sido la Voz del pueblo ecuatoriano para el mundo, por esa razón, los diplomáticos ecuatorianos que eran enviados a otros países, sintonizaban nuestra señal para escuchar en donde estuvieran la información en forma rápida, actualizada y objetiva de lo que sucedía en Ecuador y en el mundo y por eso su audiencia se extendió a nivel internacional. Actualmente, cuando Chuck Howard escucha los informes de los Directores de HCJB que trabajan para la radiodifusión en diferentes partes del mundo, se emociona al ver como continua la obra evangelizadora.

Los cambios políticos, económicos y tecnológicos que se han producido a partir de 1990 también significaron cambios muy importantes para la Radio HCJB sobre todo

en Ecuador, pero Chuck Howard señala que, los comunicadores cristianos deben continuar transmitiendo con fidelidad el mensaje bíblico, sin perder la visión y sin anteponer el aspecto económico. En la práctica, Chuck Howard ha aprendido que el comunicador cristiano debe ser fiel a la palabra, ejercitarse en la oración y dejar que el Espíritu Santo le dirija en lo que deba hacer; esto según Howard ha sido la manera en que la Radio HCJB ha llegado con su mensaje primero al Ecuador y luego al mundo entero.

La comunicación de la Radio HCJB hasta fines de siglo estaba centralizada en el Ecuador, desde donde se transmitía para todo el mundo, comienza a descentralizarse cuando llega el fin de la “Guerra Fría” y surge la idea de la comunicación global con la posibilidad de hacer más efectiva la comunicación entre pueblos y contar con personas que manejaban el lenguaje y la información local, señala en la entrevista realizada para esta investigación Jim Estes¹⁶. Esto permitió el desarrollo de programación en idiomas y lenguajes que anteriormente no existía. Empezamos a trabajar con grupos de personas para desarrollar comunicación cristiana localmente en muchos idiomas por todas partes del mundo, con gente nacional controlando los equipos, sacando las licencias y haciendo comunicación para su propia gente, estamos hablando de regiones como el África, de Asia, Filipinas, Indonesia y de otros lados.

En cambio en América del Sur surgen nuevas políticas de comunicación y en muchos países se abrió la posibilidad de la apertura de radios en diferentes ciudades, produciéndose un diluvio de nuevas estaciones en Brasil, Argentina y muchos otros países. En ese entonces, la onda corta llegaba a audiencia en lugares remotos, pero la gente que se encontraba en las ciudades urbanas tenía oportunidades de escuchar noticias e información local de su interés, así también como de política, información de su equipo de fútbol, promociones y eventos de su ciudad. Entonces se observó que la gente tenía deseo de escuchar lo suyo y empezó a surgir muchas radios locales y nosotros empezamos a ayudarles con entrenamiento para que manejen sus propias radios y con equipos, comenta Jim Estes con mucha satisfacción.

Estos grupos de personas que iniciaron con la transmisión en radio eran novatas en la comunicación, pero tenía muchos deseos de comunicarse con la gente de su

¹⁶ Entrevista realizada el 21 de julio del 2013 a Jim Estes, Director de la Región América Latina de WRMF a principios del siglo XXI

comunidad. Es así como la Radio HCJB en Quito, comenzó la capacitación de grupos cristianos que quería hacer comunicación radial. Estos grupos provenían de Argentina, Guatemala y de otros países. Por esta razón, en la década de 1990 se toma la determinación de empezar un sistema de “siembra de radios”, o como se lo conoció oficialmente “Radio Planting”, estas emisoras no eran propiedad de la Radio HCJB, esto según Jim Estes cambia el rol que la Radio HCJB tenía en el continente americano. Además también se determina que el uso de satélite sería el sistema adecuado para transmitir y facilitar la distribución de nuestra producción para estas radios.

En el Ecuador, la Radio HCJB mantuvo en la década de 1990 las transmisiones en AM y FM con un alcance que llegaba hasta el norte de Perú y Sur de Colombia y se toma la determinación de no expandir más estas señales. Sin embargo, Jim Estes enfatiza que World Radio Missionary Fellowship (WRMF), organización que maneja la Radio HCJB es internacional y su visión es transmitir el evangelio de Jesucristo a toda lengua y nación. Por lo tanto, cuando a WRMF se le presenta las oportunidades de transmitir desde otros lugares del mundo y se produce cambios en la situación económica de la organización, se vuelve muy costoso transmitir desde el Ecuador hacia otros países.

Pero adicionalmente, Jim Estes señala que se presenta una situación en el Ecuador que determina el cambio tecnológico de la Radio HCJB. Esta determinación se tomó debido a que por la ubicación que tendría el nuevo aeropuerto Mariscal Sucre en Tababela, el centro de antenas para la transmisión de onda corta de la Radio HCJB, estaría localizado justo en la ruta del despegue y aterrizaje de aviones de este nuevo aeropuerto y esto podría interferir en sus operaciones. Por lo cual, la Radio HCJB toma la decisión de desmontar las torres de transmisión. Entonces francamente dice Jim Estes, para seguir haciendo lo que estuvimos haciendo por años a través de la onda corta, teníamos que pensar en invertir millones de dólares para levantar un nuevo sitio de transmisión, por esta razón, la determinación fue mejor invertir en la instalación de radios en otros lugares.

Jim Estes señala que todavía la onda corta funciona muy bien para llegar a personas en lugares remotos, que no tienen muchas opciones de fuentes de información. Sin embargo considera que es muy importante que las radios transmitan el mensaje a sus pueblos con su propia voz y su propia vivencia.

4.2. Primera “instancia” de los cambios en la Comunicación de la Radio HCJB

Determinaciones globales

La onda corta fue un medio de comunicación usado durante la Guerra Fría y debido al largo alcance que tenía su señal, podía ser accesible para millones de personas en todo el mundo, señala Glen Volkhardt¹⁷. Esto permitió el surgimiento de una audiencia internacional que sintonizaba la señal de la Radio HCJB en diferentes idiomas. Lo mejor que tenía la onda corta era la dificultad que existía de que se pueda bloquear su señal.

A pesar del importante alcance de la radio por onda corta al finalizar la “Guerra Fría”, Glen Volkhardt observó que las grandes emisoras estatales apagaron sus transmisores, porque se dieron cuenta de que era “más eficiente transmitir localmente a través de radio o de televisión que, bombardear con su mensaje a través de onda corta”, sobre todo porque era muy costoso. Volkhardt considera que por esta misma razón “surgen nuevos medios radiales”.

Volkhardt señala que el fin de las transmisiones de estas grandes emisoras alegró mucho a los personeros de la Radio HCJB, porque esto descongestionó el espectro de la frecuencia de onda corta y ayudó a la calidad de transmisión. Sin embargo, la salida de estas emisoras, también significó la salida de su audiencia, ya que estas emisoras proveían de variedad a la programación internacional y sin esta programación “las audiencias buscaron su información en otros medios. Fue un ciclo vicioso que eventualmente dejó mayormente emisoras religiosas sonando en la banda”.

Frente a los cambios globales de fines del Siglo XX, Volkhardt señala que la Radio HCJB tomó la determinación de desarrollar un sistema que permita la instalación de radios locales en todas las regiones a nivel mundial y reemplazar de esta manera las transmisiones desde “la mitad del mundo”¹⁸. Debido a esta determinación, los formatos AM y FM en el Ecuador se enfocaron a una audiencia evangélica local. Esta determinación da paso a una ampliación de la red de repetidoras de la Radio HCJB FM, con la finalidad de ofrecer una mejor calidad en la señal, para llegar a pueblos en donde anteriormente solo se escuchó en la banda de los 49 metros.

¹⁷ Glen Volkhardt fue Director de Comunicación de la Radio HCJB desde 1989

¹⁸ “la mitad del mundo” se refiere desde el Ecuador.

Con la caída del “Muro de Berlín” Volkhardt señala que, hubo mucho cambio político a través de la Unión Soviética, muchos países que conformaban esta Unión decidieron independizarse y con esta situación se abrió la posibilidad de que se desarrollen radios locales. Ese es el caso de Rumanía que fue uno de los primeros países en declararse independiente de la Unión Soviética y con eso se abrió la posibilidad de hacer radiodifusión local y gente de Rumanía que por años habían escuchado la Radio HCJB por onda corta, decidió que, no iban a continuar receptando en sus radios locales solo las transmisiones radiales que procedían de Moscú. Fue entonces con ese objetivo que oyentes de la Radio HCJB, se comunicaron con el Centro de Desarrollo Tecnológico de Elkhart y dijeron: “no vamos a seguir escuchando solo las transmisiones de Moscú, vamos a establecer nuestras propias estaciones de radio aquí en Rumanía. “¿Pueden ustedes ayudarnos, somos un grupo de creyentes y compartimos su visión?”

Fue entonces que David Pasechnic, Directivo de la Radio HCJB, quien realizó un viaje a Rumanía y se reunió con este grupo de creyentes y fueron a visitar a los gobernantes y pidieron la licencia para transmitir, estos permisos fueron otorgados. Debido a que en esa época no había mucha facilidad para transportar a esa área equipos muy grandes, se toma la determinación de que en Elkhart se diseñe transmisores específicos para esta radio y se tuvo que pensar en algo muy compacto, algo que se podía llevar a mano en una maleta. Por su puesto señala Volkhardt, este equipo no tenía la potencia que tenían los transmisores que habíamos construido anteriormente, pero se podía transportar con facilidad. De esta manera, se pudo ingresar a Rumanía con la primera estación de radio que cabía en una maleta.

Esta situación se repitió luego en muchos países debido a que dio mayor libertad de cultos y los creyentes pudieron realizar reuniones abiertamente, en lugar de hacerlo a escondidas como lo hacían antes y las iglesias comenzaron a crecer, adquirieron conocimiento y desarrollaron destrezas para elaborar programas para radio con contenido de su interés, aprendieron como transmitir su mensaje y cada vez fueron más independientes de la Radio HCJB. Glen Volkhardt señala: “la radio en Rumania que nos solicitó ayuda, ahora es una cadena radial con cobertura nacional y son independientes, pero de vez en cuando solicitan asesoría técnica”.

Determinaciones para el desarrollo tecnológico

En entrevista Ingeniero Steve Sutherland¹⁹ relata que llegó al Ecuador en agosto de 1992 y permaneció en el país hasta el 2010. Su actividad principal como misionero fue trabajar en las instalaciones en Pifo-Ecuador. Como ingeniero daba mantenimiento a los equipos de onda corta e indica que este sistema cubría más o menos el 60% de la masa del planeta tierra. Para 1992 Sutherland señala que la Radio HCJB estaba transmitiendo alrededor de 165 horas por día a través de onda corta.

En esta época la Radio HCJB ayudaba a muchas emisoras andinas y llegó a desarrollar en Ecuador un sistema de servicio para instalación de radios. Cuando Tecnológicamente se llegó a desarrollar el sistema se lo denominó “Radio Planting”, este servicio tenía el objetivo de que, si existían organizaciones cristianas evangélicas que necesitaban en algunos casos apoyo para la instalación de su propia radioemisora, la Radio HCJB tenía la capacidad de dar servicio técnico y asesoría. También se vio la necesidad de dar entrenamiento para la producción radial y surge “Hagamos Radio”. El objetivo de estos dos servicios era que surjan radios de buena calidad, con cobertura local.

Cuando se comenzó a pensar en reemplazar la onda corta por otro sistema de transmisión, fue principalmente porque la gente de lugares remotos estaba migrando y empezó a disminuir la audiencia de la Radio HCJB en estas zonas. Adicionalmente, debido a que se recibe la notificación de la construcción del nuevo aeropuerto, el Ingeniero Sutherland fue el encargado de realizar la mayor parte del estudio en el que se observaba cómo las antenas instaladas en Pifo podían afectar el funcionamiento del aeropuerto. En base a las conclusiones se decide que el Ingeniero Sutherland realice otro estudio para la instalación de un nuevo plantel de antenas dentro del Ecuador; sin embargo este proyecto fue cancelado después de 2 años de trabajar en el diseño.

Entonces el Ingeniero Sutherland inicia la planificación y total desmontaje del plantel de Pifo. El Ingeniero Sutherland señala: “Yo tuve que apagar definitivamente el transmisor después de la última difusión desde Pifo (acompañado por el Ingeniero Jaime y Elaine Childs y my esposa Kathy), este tiempo fue muy duro para nosotros,

¹⁹ Entrevista realizada el 19 de noviembre del 2014 al El Ingeniero Sutherland también fue parte del equipo que trabajaba para el mantenimiento de las señales de AM, FM Quito y FM Guayaquil.

pero tuve la oportunidad de hacer la última instalación del transmisor y antena de onda corta en el cerro Pichincha antes del cierre total en Pifo.

Sin embargo, el Ingeniero Sutherland relata con alegría que durante su permanencia en la Radio HCJB pudo ver que Ingenieros misioneros de la Radio HCJB, enseñaron como maestros en la Politécnica Nacional de Quito por años, de ahí que muchos de los que llegaron a ser profesores de esa Universidad y de otras universidades del País habían sido alumnos de estos ingenieros misioneros. También considera que las instalaciones de Pifo, fue un centro de observación y entrenamiento para muchos estudiantes de ingeniería; Sutherland señala que ahí enseñaban a los estudiantes a entender los procesos que habían estudiado en teoría y les mostraban cómo en la práctica funcionaban esos sistemas.

Para el Ingeniero Sutherland aunque fue lamentable tener que desmontar las antenas del plantel de Pifo en el 2008. Sin embargo en ese mismo año, viajó a Kununurra al oeste de Australia donde desarrollo de un nuevo plantel de antenas de onda corta para una radio afiliada a HCJB. En Kununurra bajo la dirección del ingeniero Donaldo Hastings²⁰, el Ingeniero Sutherland ha construido todas las antenas de este nuevo plantel, pero lo interesante es que lo ha hecho con voluntarios jubilados que en su mayor parte tienen entre 60 y 75 años de edad. El Ingeniero Sutherland es quien ha realizado el diseño de las antenas y los transmisores de este nuevo plantel. Esa radio tiene el objetivo de alcanzar con el mensaje de Jesucristo al 60% de la población del mundo que se encuentra en el sector del Asia. El Ingeniero Sutherland en el año 2010 se vincula definitivamente a esta radio.

Instalación tecnológica de la Cadena satelital ALAS en América Latina

Cuando se determina el uso del sistema satelital para trasmisiones en América Latina, según Sutherland el cambio no solo fue en el uso de la tecnología sino también en la programación, porque los programas transmitidos a través del sistema satelital de la Cadena ALAS de HCJB se enfocó más a gente joven, pero a través de los años lo que se ha observado es que, más bien la gente de más edad eran quienes escuchaban radio. Entonces, desde la perspectiva del Ingeniero Sutherland lo que se observa es que, no existe un sistema de transmisión que sea mejor que otro, solo que con la onda corta la Radio HCJB alcanzó a una audiencia, con AM y FM se alcanzó otras y vía satélite a

²⁰ Donaldo Hastings, ingeniero jubilado de la Radio HCJB en la década de 1970.

quienes tenían los equipos para captar la señal y retransmitirla. Por lo tanto, él señala que todos estos sistemas fueron complementarios. Sin embargo, para su criterio, no se llegó a obtener suficientes radios afiliadas para que la Cadena Satelital ALAS-HCJB se constituya en una verdadera herramienta que tenga un impacto fuerte.

Cuando el Ingeniero Sutherland observa lo que sucedió con la Cadena Satelital ALAS-HCJB, él señala que desde la parte técnica no se logró instalar muchas radiodifusoras nuevas, pero eso fue porque el espectro de radiodifusión en América Latina estaba saturado. El escenario que observa el Ingeniero Sutherland es que la radio es un instrumento político muy fuerte, por eso todo el mundo lo quiere tener. A pesar de esta situación la Radio HCJB, previo al convenio para la instalación de los equipos, trataba de asegurarse de que esas radios se comprometieran con la misión de transmitir el evangelio de Jesucristo tengan la autorización legal correspondiente.

Con respecto a aspectos tecnológicos, el Ingeniero Sutherland dice que en su experiencia al instalar equipos en toda América Latina, encontró que en algunos lugares no se podía conseguir piezas de equipos que se requerían o repuestos, entonces se tenía que acomodar piezas, pero lo que más le llamaba la atención era que, en algunos lugares los técnicos de la localidad sabían cómo dar mantenimiento a los equipos, pero les cobraban mucho a las radios o hacían un trabajo mal hecho para que les vuelvan a llamar y por mal hecho el trabajo causaba daños.

A criterio del Ingeniero Sutherland esta situación era un impedimento que daba demasiadas molestias, por eso, cuando la Radio HCJB produjo los transmisores pequeños, se tomó la determinación de que los técnicos de la HCJB les enseñaran a los propios dueños de las radios afiliadas, la manera cómo podían hacer mantenimiento a estos equipos; sin embargo, cuando ya habían daños mayores, tenían que llamar a un técnico local, pero la mayoría de veces estos técnicos no procedían con honestidad.

El Ingeniero Sutherland está convencido de que en América Latina se puede manejar y desarrollar tecnología, siempre y cuando quieran hacerlo y aclara que, si bien es cierto él es ingeniero, pero en la instalación de tecnología, en muchas ocasiones le ha tocado coger el pico y la pala para trabajar en el terreno y eso es lo que no quieren hacer muchos ingenieros. Por eso, Steve Sutherland cree que se puede hacer tecnología en América Latina, pero a veces los ingenieros y los técnicos no quieren hacer el trabajo difícil y otras veces no lo hacen, porque solo quieren ser jefes.

En algunos casos han venido técnicos que quieren observar cómo se instala la tecnología y el Ingeniero Sutherland les ha dicho: "...ven coge el pico y pala y vamos primero a trabajar el terreno, antes de instalar las antenas, si lo haces puede continuar viendo el proceso, sino no vengas a molestar...". Para Sutherland lo importante es quien quiera manejar la tecnología, no deje la responsabilidad del trabajo difícil a los otros, sino que la persona misma tiene que aprender a hacerlo.

Sutherland ha visto casos de ingenieros que han estudiado, quienes creen que no tiene que hacer esos trabajos, porque no quieren ensuciarse las manos. Por eso, para él es lamentable ver que muchos ingenieros y técnicos saben la teoría, pero en la práctica no saben cómo hacerlo. En varias ocasiones ha tenido la oportunidad de enseñar y siempre les dice que si tienen la teoría y adquieren la práctica, ahí serán buenos técnicos.

De otra parte, Sutherland señala que la tecnología y sobre todo la nueva tecnología para radio, no se encuentra disponible en cualquier lugar, porque cada tecnología tiene su área de cobertura, en donde sí se la puede utilizar y existen otros lugares donde no; sobre todo porque no todas las personas tienen la tecnología para receptar la señal. En cuanto a la onda corta, el Ingeniero Sutherland tiene conocimiento de que todavía tiene audiencia, esto se evidencia cuando se observa a nivel mundial que el espectro radioeléctrico de ese sistema todavía está lleno y no es fácil conseguir una frecuencia. Sin embargo también señala que, si en verdad se llega a desarrollar el sistema de onda corta digital, que por años está en proceso, el Ingeniero Sutherland cree que la onda corta tendrá largo plazo y puede inclusive volver a activarse para América Latina.

Entrevista a David Russell²¹, Director del Centro de desarrollo tecnológico de la Radio HCJB en Elkhart-Indiana. David Russell llegó con su familia a Quito-Ecuador en 1991, antes de venir al Ecuador trabajaba en los Ángeles California en una compañía que fabricaba satélites. Para junio de 1991 David Russell comienza a trabajar en el plantel de antenas para transmisión de onda corta en Pifo-Ecuador, como ingeniero para el mantenimiento de transmisores de alta potencia y el sistema de antenas, en ese momento estaba integrado por 31 antenas y 11 transmisores. El sistema de antenas de

²¹ Entrevista realizada el 9 de septiembre del 2014

onda corta en esa época era muy efectivo porque constantemente se recibía alrededor de 100 cartas por semana mínimo de los oyentes que escuchaban HCJB en diferentes partes del mundo.

En la época de los años 80 en Elkhart-Indiana en los Estados Unidos se forma el Centro de Desarrollo Tecnológico de HCJB. Este centro tenía como finalidad dar apoyo técnico a las operaciones de la Radio HCJB, así también a organizaciones misioneras como Radio Transmundial (TWR) y otras organizaciones misioneras grandes, quienes eran productores de radio y radiodifusores. Una vez conformado el Centro tecnológico en 1986 se da inicio al proyecto “World by 2000” (El mundo para el año 2000), proyecto que tenía como objetivo la transmisión en todos los mega idiomas que se hablan en el mundo hasta el año 2000. Un mega idioma es un idioma que es hablado por más de un millón de personas y se hizo un gran esfuerzo para poder definir, cuales eran los grupos que hablaban esos mega idiomas y dónde se ubicaban para poder asignar la responsabilidad de estas áreas a cada organización misionera.

Entonces a la Radio HCJB se le asignó la transmisión de programación en gran parte de “los mega idiomas” que se eligieron. Para estas transmisiones la Radio HCJB debía tener una amplia cobertura. Entonces con el fin de cumplir con ese convenio, se determinó la conformación un grupo de técnicos con el propósito de diseñar y fabricar herramientas para transmisiones a través de onda corta, estos equipos eran de alta potencia. La mayoría de los técnicos involucrados en este proyecto eran misioneros de la Radio HCJB que habían trabajado en Ecuador y que se trasladaron a Indiana. A este equipo se unieron ingenieros de Radio Transmundial (TWR) y de otras organizaciones cristianas.

El primer transmisor que fue elaborado específicamente para el proyecto World by 2000 se llamaba HC100, su fabricación finalizó justo en 1990 y en ese mismo año fue enviado a Pifo- Ecuador. Cuando David Russell llega a Ecuador en 1991, el transmisor era nuevo y se tuvo que hacer modificaciones y ajustes para su mejor funcionamiento. Así comenzó el proceso de implementación del nuevo diseño. Posteriormente, llegaron cinco transmisores de este tipo y necesitaban constantemente la asistencia de los Ingenieros que los elaboraron estos transmisores en Elkhart. Estos transmisores median tres metros de ancho, de alto dos metros y de profundidad tres metros, entonces eran equipos muy grandes. La potencia de cada transmisor era de 100

mil vatios. El alcance de estos transmisores dependía del sistema de antena que se usaba en conjunto con el transmisor, pero básicamente la idea era llegar a lugares muy remotos como Rusia, Japón, las Islas del Pacífico, toda Norteamérica, Europa, Sudamérica; de vez en cuando se recibía reportes de audiencia desde la India.

La comunicación con Elkhart era muy costosa para HCJB y por esa razón, a partir del año 90 desde los Estados Unidos se tomó la determinación de utilizar el Internet para comunicarse con lugares distantes, sobre todo para intercambiar información técnica y realizar asesoría técnica. Cuando David Russell llega al Ecuador fue quien instaló este sistema en Pifo y luego en Quito. Esto ayudó mucho para las conexiones entre Quito, Pifo, Estados Unidos y Europa. Posteriormente, se comenzó a utilizar esta forma de comunicación más personal con los oyentes, principalmente con aquellos que escuchaban la Radio HCJB por onda corta, esto parecía agilizar los procesos de comunicación, pero la verdad es que poco a poco se observaba que menos oyentes reportaban su sintonía de los programas.

4.3. Segunda “instancia” de los cambios en la Comunicación de la Radio HCJB

“Radio Planting” o “Plantación de radios”

La determinación de elaborar transmisores y equipos de radio portátiles, llevó a la Radio HCJB a pensar en un nuevo ministerio denominado “Radio Planting” o siembra de radioemisoras. Russell señala que el énfasis de este nuevo ministerio fue el desarrollo de radios a nivel local en diferentes regiones a nivel mundial, en lugar de transmitir desde un lugar distante. De esta manera, inicia un proceso de facilitar la instalación de radios locales, enseñando a creyentes nativos de cada país, la manera en que podían manejar su propia estación de radio. Una situación parecida se produjo en América Latina, donde se ayudó a grupos de cristianos e iglesias a que iniciaran su radio, por lo cual la Radio HCJB les proveyó de equipos y entrenamiento, conformándose de esta manera la Cadena ALAS.

Para David Russell tanto la onda corta como el sistema satelital de la Cadena ALAS son instrumentos de entrega del mensaje y de información a los radioescuchas, nada más, por eso el ingeniero Russell aclara que ni la instalación de equipos de onda corta, ni la instalación del sistema satelital eran el ministerio de la Radio HCJB. El ministerio era la difusión del mensaje del evangelio, por lo tanto, en 1992 se hablaba de

compartir con otras radios de América Latina programación producida por la Radio HCJB vía satélite.

Por esta razón, para David Russell quien trabajó tanto en la transmisión de onda corta como en “Radio Planting”, piensa que la plataforma satelital ayudó en un principio a que la Radio HCJB mantuviera relevante su comunicación dentro de un mundo que cambió aceleradamente y a la vez este medio de radiodifusión pudo contribuir con tecnología para que, las comunidades evangélicas que querían tener sus propias radios y producciones puedan hacerlo. Entonces en ese momento de cambios, para David Russell no había razón de quedarse en un sistema que poco a poco bajaba su sintonía y algunos de los Directivos de la Radio HCJB tomaron la determinación de iniciar la Cadena Satelital ALAS y usarla para la distribución de su producción y no quedarse haciendo solo onda corta.

Después de estar con la Radio HCJB por alrededor de 23 años y haber viajado por todo el mundo, el Ingeniero Russell tuvo la experiencia de conocer más a fondo la realidad de la iglesia y las oportunidades y desafíos que tienen. A nivel del continente americano el ingeniero Russell considera que, los cambios que se han producido es principalmente a nivel de iglesia y de los creyentes en el evangelio. El Ingeniero Russell ha podido encontrar inclusive que, en pequeños pueblitos existen creyentes que fielmente transmiten a través de sus radios locales, el mensaje del evangelio y otros creyentes escuchan fielmente estas transmisiones sin importar la situación, política, económica y limitaciones de culto o ataques terroristas que enfrentan en el lugar que viven. Para el Ingeniero Russell lo interesante es ver que algunas radios al ser parte de la comunidad, es la comunidad misma quien les brinda su apoyo y su aporte económico para que continúen con las transmisiones.

David Russell aclara que, a pesar del deseo que ha tenido la Radio HCJB de que hasta el último rincón del mundo se pueda transmitir el evangelio, uno de sus requisitos obligatorios es que toda radio que ayuda HCJB a instalar, debe tener un permiso oficial de funcionamiento. La Radio HCJB no ha realizado una plantación indiscriminada de radios, porque esa no es ni su política, ni su objetivo, lo que sí ha sucedido es que, los gobiernos otorgan a ciertas comunidades permisos temporales, mientras continúan con sus transmisiones para obtener finalmente el convenio oficial con el gobierno. Lo interesante para David Russell fue que en algunos lugares observó que, miembros de

gobiernos de algunos países han tenido interés en que se instale este tipo de radios que surgen de las comunidades y han participado de la inauguración de las mismas, inclusive miembros del gobierno de África Subsahariana, visitaron las instalaciones de HCJB en Elkhart Indiana y solicitaron ayuda para poner su propia radio emisora. De esta experiencia David Russell señala, que la Radio HCJB sin tener como objetivo alcanzar a gobiernos o ser partidarios de su política, se le ha presentado la oportunidad de cooperar con ellos.

De otro lado, la contribución que ha hecho la comunidad ecuatoriana durante todos los años en que la Radio HCJB ha estado en funcionamiento, ha permitido establecer los fundamentos de la labor tan grande que ha desarrollado la Radio, porque el Ecuador ha sido el centro de operaciones y se montó toda la estructura que hizo posible el alcance que tuvo la Radio HCJB a nivel internacional y nacional. Sin embargo, en la actualidad el ministerio de la Radio HCJB es muy distinto a lo que inicialmente fue, pero el Ingeniero Russell hace énfasis en que, lo que se puede hacer ahora se debe a lo que se hizo muchos años atrás en Ecuador.

En entrevista realizada al ingeniero ecuatoriano German Jaramillo²², quien trabajó en las instalaciones de Pifo desde 1976, relata con mucha emoción que en la década de 1990 se había consolidado las transmisiones de la Radio HCJB por onda corta, sin embargo debido a los cambios que estaba enfrentando la Radio HCJB, tanto en el aspecto económico como en el tecnológico y la visible disminución de la comunicación con la audiencia, el aporte para el mantenimiento de la onda corta estaba disminuyendo de igual manera. Por esta razón, inclusive se comenzó a experimentar con la grabación y transmisión de una señal de onda corta digital, sin embargo no prosperó este proyecto debido a que no se tenía el suficiente conocimiento para saber con certeza, qué tipos de equipos se podría disponer en el mercado para la recepción de la señal, por lo tanto implicaba mucho riesgo meterse de lleno con un sistema así.

Por esta razón, la Radio HCJB tomó la determinación de buscar un sistema más accesible en esa época como fue el sistema satelital. El Ingeniero Jaramillo participó en la construcción del primer plato satelital para este sistema. El plato medía 3 metros 20 cm. Este modelo de plato para la captación de señal satelital se instaló en algunos países

²² Entrevista realizada el 22 de enero del 2015 al Ing. Germán Jaramillo

de América Latina. Sin embargo, conforme fue creciendo el proyecto de transmisión satelital llegó a consolidarse la Cadena ALAS y aumentó la demanda de antenas. Entonces se amplió la capacidad de transmisión a través de satélite y se vio la necesidad de fabricar un modelo más compacto del plato para la recepción de la señal, que podría ser transportado con más facilidad. Entonces, el Ingeniero Jaramillo diseñó un modelo que con, ayuda del equipo conformado por trabajadores ecuatorianos y misioneros extranjeros se construyó en las instalaciones de la Radio HCJB en Pifo- Ecuador. Los nuevos platos para captación de la señal satelital tenían una dimensión de 1 metro 20 cm y podían ser empacados en una caja y transportados fácilmente.

Estos platos fueron instalados en la mayoría de los países de América Latina, el Ingeniero Jaramillo fue uno de los que participó en la instalación de algunos de estos platos. La Radio HCJB tomó la determinación de fabricar su propio modelo de platos satelitales y producir un manual para su instalación y para que puedan ser de fácil manejo para el personal de las diferentes radios que eran parte de la Cadena ALAS-HCJB. Inclusive se llegó a simplificar tanto el equipo que el personal de cualquier radio podía hacer el mantenimiento del sistema, sin embargo, siempre el servicio técnico de la Radio HCJB estuvo dispuesto a brindar su ayuda en caso de requerirlo. El Ingeniero Jaramillo señala que los transmisores para el sistema de la Cadena ALAS-HCJB eran fabricados en Elkhart- Indiana en los Estados Unidos.

Las oportunidades que el Ingeniero Jaramillo tuvo para instalar platos para la captación de la señal satelital no eran necesariamente en ciudades grandes, o comunidades que tenía muchos recursos, sino que eran grupos de personas de iglesias y a veces familias que más bien no contaban con muchos recursos, pero que tenían el deseo de transmitir a su comunidad el mensaje del evangelio y querían mantener sus transmisiones todo el día. Para el Ingeniero Jaramillo era emocionante ver la felicidad que mostraban estos grupos al poder recibir con claridad la señal de la Radio HCJB y poder retransmitirla.

Algunas de estas radio ya llevaban tiempo transmitiendo para sus comunidades, pero recibir la señal con programación de HCJB, aliviaba en mucho la carga que tenían estas radios ya que les brindaba información actualizada y mensajes durante todo el día. El Ingeniero Jaramillo aclara que la programación de la Radio HCJB no reemplazaba la producción local, solo la complementaba. Lo que se debe entender según el Ingeniero

Jaramillo es que, el personal que trabajaba en estas radios no se dedicaba a esta actividad únicamente, más bien ellos tenían sus propias actividades económicas con las cuales solventaban los gastos que tenían para sostener las transmisiones de estas radios.

El objetivo original de la Radio HCJB no era hacer de la Cadena ALAS-HCJB un negocio, sino que se difundiera el evangelio, por eso muchas de estas radios recibieron la ayuda de la Radio HCJB para poder instalar estos equipos en su comunidad. El Ingeniero Jaramillo relata que, en una ocasión al ir a instalar los equipos en una localidad del Perú, donde ni siquiera había energía eléctrica constante, la Radio HCJB buscó a través de donaciones, la posibilidad de aportar también con un generador eléctrico para que la radio pueda continuar con sus transmisiones si se iba la luz. Pero el Ingeniero Jaramillo reconoce que, esta ayuda con equipos y tecnología no fue lo que impactó, sino que fue el mensaje del evangelio que transmitía la Radio HCJB lo que dejó huella en las comunidades de esta época.

Proyectos de Cooperación en América Latina

En la década de 1990 con la idea de iniciar transmisiones vía satélite, Glen Volkhardt hizo una presentación a la Junta Mayor de WRMF²³, en la que explicó el uso de satélites en la radiodifusión. Después de esto se determina iniciar el proceso para transmitir a través de ese sistema y es así como nace el proyecto de la Cadena satelital ALAS. Este proyecto se realizó en cooperación con Radio Transmundial²⁴ y según Volkhardt fue estratégica esta alianza en ese momento, sobre todo porque existía la percepción de que la onda corta estaba declinando y se requería de un sistema que reemplace este sistema. Glen Volkhardt considera que esta Cadena sentó el precedente de “que dos radios internacionales como la Radio HCJB y Radio Transmundial se unieran a niveles de cooperación que nunca se había visto en antes” y que permitió la instalación de un sistema que benefició a las radios religiosas en la región de Iberoamérica de la época.

A partir de la aprobación para el desarrollo del sistema satelital, se realiza un estudio sobre su potencial para captar la audiencia juvenil de América Latina, que vive en la urbe y no es religiosa. Dentro de la investigación, se hizo obvio que era difícil

²³ WRMF, siglas que corresponden a World Radio Missionary Fellowship, institución misionera que administra la Radio HCJB desde los Estados Unidos de Norte América.

²⁴ TWR, siglas que corresponden a Radio Transmundial cadena de radios evangélicas de amplia cobertura mundial

negociar con las emisoras seculares del Continente²⁵ para que formen parte del sistema ALAS, sin embargo, centenares de emisoras cristianas surgieron en la Región y se abre la posibilidad al desarrollo de una estrategia para ayudar a estas nuevas radios. Esto permitió “preservar la capacidad de producción radial de HCJB, especialmente lo que correspondía la parte internacional, ya que en ese momento se consideró que, sin un medio de transmisión internacional, la emisora HCJB iría poco a poco perdiendo capacidad de producción”.

Glen Volkhardt considera que la realización del proyecto satelital fue difícil para muchos de los involucrados, debido a que se requería “un nuevo estilo de producción y nuevos estándares de calidad, tanto de programación como de ingeniería”. Pero lo más difícil fue el aspecto cultural, ya que “causó conflictos institucionales que tuvieron un costo muy alto”. Esto se debió a que, a partir del estudio que realizó, la Radio HCJB toma la determinación de que el sistema de la Cadena satelital ALAS no mantenga la estrategia de radio melódica al estilo norteamericano y desarrolle una “comunicación socializada” dentro de la cultura latinoamericana.

Adicionalmente, lo que le llama la atención a Glen Volkhardt es que, en ese momento nadie imaginó que la Radio HCJB, unos años más tarde, se vería obligada a desmantelar las antenas de onda corta en Pifo, debido a que estas podían interferir en la telecomunicaciones del nuevo aeropuerto que el Ilustre Municipio del Distrito Metropolitano de Quito estaba construyendo en el sector.

4.4. Tercera “instancia” de los cambios en la Comunicación de la Radio HCJB

La comunicación en y desde las culturas

Por la experiencia al trabajar con radios locales en los Estados Unidos, Curt Cole²⁶ había vivido el impacto que podía alcanzar este tipo de radios en las comunidades, por lo cual, considera que el proceso de cambios que experimentó la Radio HCJB fue comprensible. Curt Cole considera que el tiempo en que la Radio HCJB fue una radio internacional tuvo un fuerte impacto a través de la onda corta a nivel global. Ese tiempo fue muy valioso para la WRMF, pero finalmente en el 2009, La Radio HCJB se vio forzada a cerrar la transmisión de onda corta. Estas

²⁵ Glen Volkhardt se refiere al continente americano, específicamente a América Latina.

²⁶ Entrevista realizada en enero del 2014 a Curt Cole, Vicepresidente de Ministerios Internacionales WRMF.

circunstancias empujaron a apresurar la toma de decisiones y dejar de lado la idea de construir otro centro de transmisiones para onda corta, porque se determinó que ya no era posible mantener ese sistema que poco a poco perdía audiencia.

El valor que tiene el manejo de la Radio HCJB a nivel global, es el impacto que tiene la transmisión del mensaje de Jesucristo, pero lo especial es la capacidad de poder utilizar diferente programación para cada localidad. El problema se presenta cuando existen lugares en donde no se puede pronunciar el nombre de Jesús, sin embargo, transmitimos a través de programas que ayudan a la comunidad; programas sociales con valores que tienen que ver con la familia, por ejemplo: cómo ayudar a que los hijos crezcan de una manera saludable. El tema de la familia es principalmente importante en casi cualquier cultura y sobre todo también lo concerniente al respeto que se debe tener por los otros, esto enfatiza Curt Cole es lo que más interesa a las personas a nivel global.

Este tipo de programas nos han abierto las puertas a diferentes comunidades. Por eso, vamos a donde la gente está y quiere escuchar de estos valores. Por esa razón, la determinación que se tomó en la Radio HCJB es que de ser una radio internacional que transmitía desde el Ecuador al mundo en el siglo XX, para el siglo XXI debía cambiar y transmitir su programación a varias radios locales que sirvan a la comunidad en su localidad y esta idea se expandió a nivel global.

Curt Cole señala como ejemplo a Burkina Faso que es un país del oeste de África y que está ubicado entre los 10 países más pobres del mundo, la Radio HCJB ha apoyado para el surgimiento de una radio que trabaja en esa comunidad y cuando se realizó la apertura de esta radio, los líderes musulmanes de la localidad asistieron para agradecer a los personeros de HCJB por traer este medio de comunicación a su comunidad. Ellos supieron que era una radio cristiana evangélica, pero sabían que con lo que estábamos haciendo contribuíamos para el desarrollo de la comunidad y ahí se abrió una puerta para trabajar en el campo musulmán.

La radio en Burkina Faso está enfocada en la mujer, porque en esa parte del mundo es la mujer la que más sufre, pero también el enfoque está en la familia y especialmente en los niños. Curt Cole cuenta emocionado que esta radio, por ser la única en la localidad se escucha en las casas, en la calle, en el mercado, en todo lado.

La inversión que realiza HCJB en este tipo de emisora es mínima, frente al aporte que significa para la comunidad, y Curt Cole dice que es mínima la inversión, porque HCJB no es dueña de esa radio, ni siquiera la administra, sino que son personas de la localidad quienes están a cargo de esta radio. En otros casos, son iglesias evangélicas que pertenecen a la comunidad las administradoras de las radios locales. Básicamente, señala Curt Cole la ayuda que brinda la Radio HCJB consiste en la dotación de equipos, herramientas, entrenamiento técnico y en ocasiones con producción de programas.

Afines del siglo XX no hubiera sido imposible iniciar una radio en Burkina Faso, lo que señala Curt Cole es que no solo por el aspecto tecnológico, sino por los aspectos políticos que regían en esa región, pero en el siglo XXI, ya se ha presentado la oportunidad de hacerlo en esta región y en otras que estaban cerradas a esta posibilidad. Por eso, cuando se ven puertas que se abren aunque sea temporalmente, la Radio HCJB ingresa con sus recursos y esto es lo que se está haciendo en muchos países. Lo que hay que comprender según Cole es que, muchos gobiernos principalmente musulmanes no permiten el surgimiento de radios privadas, sobre todo en los países del Medio Oriente, pero en África inclusive los gobiernos musulmanes lo permiten. En Asia y en Indonesia es permitido, porque tienen la ley que permite la libertad de cultos.

En lo que se tiene cuidado señala Curt Cole es que, la programación que se transmite a través de estas radios tenga un mensaje que pueda ayudar a cualquier persona de la comunidad, porque no solo está enfocado a un grupo pequeño, es por eso que, no toda la programación puede ser prédica, tiene que ser combinación de información que aporta a todos, con temas culturales, familiares que contribuya a tener un mejor nivel de vida, pero basado en los valores que presenta la Biblia.

En el proceso de transición de la radio internacional transmitida por onda corta para convertirse en la radio local a nivel global, para Curt Cole ha significado un reto encontrar la mejor manera para que la gente, en cualquier parte del mundo pueda tener acceso a la información y los valores de la Biblia. Curt Cole asegura esto porque, en muchas localidades no existe la posibilidad de que surja una iglesia cristiana evangélica.

Por eso señala Curt Cole: “cuando estamos buscando la posibilidad de levantar una radio en una localidad, siempre pedimos de Dios su guía para que nos muestre la persona que deba hacerse cargo de la radio; esta persona tiene que ser una persona de

paz, que tenga un corazón abierto a los valores de la Biblia y hacia su comunidad, para que no solo transmita un mensaje a través de los programas de la radio, sino que inclusive esa persona pueda formar un grupo de oyentes con los cuales pueda tener una relación más cercana y pueda interactuar con ellos. Muchas veces esto no es posible pero sería lo ideal.

La comunicación satelital para América Latina

Cuando se buscaba un lugar donde montar la base de la “Cadena Satelital ALAS”, se llega a concluir que las instalaciones de la Radio HCJB en Quito era un lugar estratégico. Dairo Rubio relata que eran estratégicas las instalaciones y la tecnología con las que la Radio HCJB contaba, pero además por ser una Radio con mucha trayectoria. Fue en estas instalaciones que comienza la producción de programas de carácter “pre-evangelístico” como el programa “Especialísimo”, producido por Dairo Rubio.

En el contenido de estos programas, la combinación de la música secular y la música cristiana era la característica. Esta combinación musical según Dairo Rubio debía ser cuidadosamente seleccionada, porque servía como gancho para atraer a la audiencia por su afinidad con los temas musicales. El aspecto musical fue un elemento muy importante en la producción, porque de ella en muchas ocasiones partía la reflexión que era en realidad el objetivo principal del programa.

Como la estrategia de la Cadena satelital ALAS no fue solo la producción de programas religiosos, sino también programas “pre-evangelísticos”, para alcanzar ese objetivo, Dairo Rubio realizó contactos con radios que no eran cristianas y que podían estar interesadas en recibir esta programación. Sin embargo, con el pasar del tiempo, las opiniones de la Administración de la Cadena ALAS sobre este objetivo comienzan a cambiar; esto se debió principalmente a que la mayoría de radios afiliadas eran cristianas y no querían programación con contenidos “pre-evangelísticos” o seculares, ya que la audiencia cristiana de esa época no tenía un pensamiento muy abierto a este tipo de contenidos.

Por su lado, las emisoras no religiosas que recibían la programación de la Cadena ALAS solo estaban interesadas en tener los equipos para captar la señal satelital de noticias y no transmitían ninguno de los otros programas, a pesar de que firmaban un documento en el cual se comprometían a transmitir también los otros programas que

producía la Cadena, señala Dairo Rubio. Tristemente, en la Cadena ALAS no había un departamento que haga seguimiento para el cumplimiento de los convenios y se volvió muy costoso tratar de hacerlo vía telefónica a toda América Latina. El problema era que no existían otros mecanismos en esa época para hacer un seguimiento más exhaustivo.

Entonces entre los líderes de los dos ministerios de la Radio HCJB y TWR comenzó a existir desacuerdos. Al parecer las opiniones variaban entre aquellas que querían programación más religiosa y otras a las que les interesaba que sea pre-evangelística, con el fin transmitir el mensaje a la audiencia de radios seculares, porque ese era uno de los objetivos del proyecto original.

A pesar de estas diferencias que existían, Dairo Rubio relata que en lugar de producirse un distanciamiento, más bien surge la idea de hacer un noticiero que se llamaba “Aquí América”, que era un programa que resumía el acontecer noticioso de la semana. En este programa participaron algunos de los productores de la Radio HCJB y se llega a desarrollar el Servicio Continental de Noticias (SCN), con la finalidad de establecer un acuerdo con CBS para la producción de programas informativos. Es entonces que se toma la determinación de crear dos canales de producción, uno con programación religiosa y otro con programación secular que lo identificaron como “canal comercial”.

Este canal comercial según el relato de Dairo Rubio incluía principios y mantenía estándares de producción acorde a los requerimientos de medios seculares y se comenzó con dos horas de transmisión hasta llegar a 10 horas diarias. SCN llegó a conformar un equipo de 25 personas que intervenían en el proceso de producción informativa. La Cadena ALAS llegó a tener corresponsales en 20 países, algunos eran voluntarios y otros eran pagados. Esta fue la época dorada de la Cadena ALAS, ya que existía un presupuesto para este despliegue de producción.

Desafortunadamente según Dairo Rubio, la transmisión de noticieros de SCN no prospera, esto se debió a que CBS simultáneamente estaba negociando con otra cadena, sin que ALAS tuviera conocimiento hasta el momento en que se suspende el convenio. Eso no permitió que se proyecte “el canal comercial” de la Cadena ALAS, como efecto de esto se toma la determinación de mantener únicamente un pequeño noticiero llamado “HC Noticias”.

Dairo Rubio relata que, a pesar de la fuerte inversión que, TWR había realizado toma la determinación de separarse de la cadena ALAS y le entrega toda la responsabilidad a la Radio HCJB. Dairo Rubio señala que en tres ocasiones estuvo por desaparecer la Cadena ALAS, sin embargo, Dios cada vez repotencia esta Cadena y llega a ser la punta de la lanza con la cual la Radio HCJB llega a los diferentes países de América Latina.

Cuando la Radio HCJB toma el control total de la Cadena ALAS en el año 2000, Dairo Rubio considera que esto llega a ser de mucha ayuda para varias instituciones cristianas que tenían el deseo de iniciar su propia radio. Sin embargo, la Cadena ALAS experimenta un debilitamiento por la falta de recursos, por lo tanto, la Radio HCJB toma la determinación de incluir talleres de entrenamiento en radio como parte de los otros servicios ministeriales que ofrecía en ese momento y se forma el ministerio de “Voz Global”. Cabe indicar que el ministerio de “Voz Global” comienza con los servicios de plantación de radio, desarrollo comunitario y luego se añade el servicio de distribución de programación a radios locales y entrenamiento en la producción y manejo radial.

Dairo Rubio considera que a través de la Cadena ALAS se hizo historia en América Latina, porque no existía el tipo de programación que la Radio HCJB producía y sobre todo porque la distribución de esta programación se hacía a través del sistema de transmisión satelital. Este sistema agiliza el proceso y la calidad la transmisión era muy buena. La programación de la Cadena ALAS comenzó con transmisiones a 5 radios, luego a 12 emisoras que estaban ubicadas en la frontera con Texas. Rápidamente, la Cadena Satelital ALAS alcanzó un número de 25 radios afiliadas al sistema, algunas de ellas se encontraban ubicadas en sitios estratégicos de Estados Unidos, México, Paraguay y Perú.

Para el año 2003, Dairo Rubio comenta que la cadena ALAS contaba con radios afiliadas en Panamá, Colombia, Bolivia, México, Estados Unidos (en la frontera), Paraguay, Venezuela, Perú, Costa Rica, El Salvador, Argentina, Honduras, Guatemala. Con una audiencia estimada en millones, según encuestas que realizó la Cadena ALAS²⁷. En estos países se llegó a diferentes tipos de radios con programas de una hora de duración y otros con un mensaje y formatos cortos como el programa “Más allá de la

²⁷ En encuesta realizada en el 2002-2003 a las afiliadas se concluyó que la Cadena ALAS tenía una potencial audiencia de 5 millones de oyentes.

Meta”, “Un llamado a la conciencia con el hermano Pablo”, “Una nueva oportunidad” y “Piénsalo”.

La Cadena ALAS llegó a tener 22 horas de programación continua, Dairo Rubio señala que diariamente se llegó a tener cuatro programas en vivo de una hora, sin contar los noticieros que transmitían información desde Centro América, Estados Unidos, España o de alguno de los corresponsales de las radios afiliadas en América Latina. Dairo Rubio tenía conocimiento que los programas en vivo era los que contaban con más audiencia en toda América Latina. “Esto sonaba maravilloso pero en la realidad costaba mucho dinero y las afiliadas nunca estuvieron dispuestas a aportar para el mantenimiento de este tipo de programas” señala Rubio. Por esta razón, se hicieron cambios para bajar los gastos de producción. Ese fue el caso del programa “Hola Familia”, que se transmitía en vivo y abordaba temas de salud, de la mujer, de los jóvenes y orientación familiar con mensaje cristiano.

Dairo Rubio señala que: “en los programas de la Cadena ALAS-HCJB se buscaba a Cristo a través de un mensaje pre-evangelístico sin usar un mensaje religioso, ya que con el lenguaje cotidiano se puede llegar al oyente y transmitirle que en la Biblia está la ayuda para toda persona y darle a conocer que el único que puede cambiar la vida es Dios y eso no es religión. Por esa razón, en el programa “Especialísimo” cuando se hablaba de Dios, no se hablaba de religión, sino que es necesario tener una relación con Él”. Dairo Rubio considera que los comunicadores cristianos deben ser un poco más sabios al presentar el evangelio, para no hablar de la manera en que parezca un show religioso, ya que eso ha hecho que la gente no quiera escucharlo. Por esa razón, la Radio HCJB, la Cadena ALAS y otros ministerios han tenido que hacer cambios al respecto.

Otro argumento que presenta Dairo Rubio es que: “si bien es cierto, la tecnología en la comunicación ha permitido cambios en la transmisión del mensaje en forma más rápida y efectiva, no se puede considerar que los medios de comunicación deban constituirse en una iglesia. Los medios son canales que sirven para captar la atención de la gente y debemos ser sabios para entender que una vez que la gente ha captado el mensaje y busca una iglesia ahí reciben la ayuda directa según su necesidad”.

Por esto, Dairo Rubio considera que los programas de la Cadena ALAS-HCJB impactaron a la audiencia porque a través de los programas en vivo, se pudo evidenciar

que había mucha participación de la audiencia; lo que más gustaba a esta audiencia era que se utilizaba un lenguaje universal, es decir un lenguaje que podía entender claramente en cualquier país que llegara la señal. Además para Dairo Rubio, el uso de un lenguaje universal en la producción de los programas amplió la cultura de algunos de los productores, porque les obligaba a buscar en el diccionario de lengua castellana, para encontrar cuales eran las palabras más adecuadas que debían usar para que en general la audiencia pueda entender. La Cadena ALAS trataba de producir programas que parecieran ser realizados localmente.

Las radios afiliadas también reportaban que la audiencia gustaba mucho de los programas de la Cadena ALAS, Sin embargo, estos reportes de no llegaban con la regularidad que se requería y tampoco en la cantidad en la cual se podían llevar registros para hacer una evaluación específica de quienes escuchaban los programas, señala Dairo Rubio. Lo que sí reportaron las radios afiliadas es que, la programación de la Cadena ALAS exigió a sus productores buscar maneras de elevar su niveles de calidad de la programación local, sobre todo en referencia a contenidos, en la presentación del mensaje para que vayan acorde con programas producidos por la Radio HCJB, fue entonces que la capacitación que brindaban miembros de HCJB era de un gran aporte. La capacitación no se la dictaba como algo formal sino como un entrenamiento a través de talleres.

Pero los cambios no se produjeron solo a nivel de la Cadena ALAS, Dairo Rubio señala que a fines del siglo XX y principios del siglo XXI, en la organización de la Radio HCJB a nivel internacional comienzan a producirse cambios profundos, debido a que la visión de la organización ya no estaba centralizada en América Latina, sino más bien la visión era global y la atención de la Organización WRMF estaba enfocada principalmente en la región de Europa Central y Asia, sobre todo en los países musulmanes y aquellos que pertenecían antes a la Unión Soviética. Es entonces según Dairo Rubio que, la organización de la Radio HCJB comienza a poner sus esfuerzos en misiones dirigidas hacia estos países y la inversión económica también comienza a direccionarse hacia ese objetivo.

Ante esta situación, la Cadena ALAS-HCJB tuvo la iniciativa de realizar una radiotón denominada “Misión Compartida”, para generar fondos provenientes de su propia audiencia en América Latina. Dairo Rubio relata que ALAS-HCJB se fortaleció

y llegó a tener alrededor de 100 afiliadas y todas eran radios cristianas. Cada radio podía tomar la programación que más le interesaba según su tendencia, a unas les gustaba programas más enfocados hacia problemas cotidianos, a otras les gustaba más los temas de prédicas y religiosos. La cadena ALAS-HCJB se constituyó realmente en una proveedora de producciones.

Por otra parte, Dairo Rubio menciona el surgimiento en América Latina de otra organización paralela al trabajo que estaba realizando la Cadena ALAS-HCJB. Esta organización se forma con el aporte de un multimillonario de Inglaterra, quien contrató a los mejores productores de radio de la época, los llevó a Miami y se constituyó en el principal competidor de la Cadena ALAS-HCJB. Esta organización regalaba los equipos, otorgaba capacitación gratuita a sus afiliadas, los llevaba a que participen en eventos internacionales y es así como CBC la Voz aparece 10 años después de que la Cadena ALAS iniciara sus transmisiones

Las afiliadas comienzan a establecer comparaciones entre lo que les proporcionaba la Cadena ALAS-HCJB y lo que ofrecía esta nueva organización. La diferencia entre estas dos cadenas es que, CBC La Voz tenía interés en llegar a las ciudades donde había gran concentración de personas, en cambio la visión de los Directores de la Radio HCJB era llegar con la Cadena ALAS-HCJB a comunidades medianamente pobladas y a zonas rurales dónde no existía mucha concentración de medios de comunicación. Es por eso que, la Radio HCJB con el sistema satelital mantuvo sus transmisiones dirigidas hacia zonas remotas de las montañas y entrenó a gente de comunidades pequeñas que tenían como objetivo difundir el mensaje de Jesucristo.

La Cadena ALAS-HCJB tuvo tres áreas específicas de desarrollo, una fue la tecnológica para el desarrollo de sus equipos de comunicación satelital y el equipamiento de los estudios de grabación diseñados exclusivamente para la producción y transmisión de sus programas. Algo que destaca Dairo Rubio es que, la Cadena ALAS-HCJB transmitía programas con mensaje bíblico, pero no se daba a conocer nada de información sobre el ministerio o sobre la Radio HCJB. Algunas radios a la Cadena Satelital ALAS-HCJB después de recibir el equipo, el entrenamiento por parte de la Radio HCJB, comenzaron a darse cuenta cómo se hacía buena radio, es decir cómo se debía producir sus programas localmente con muy buen calidad. Dairo Rubio cita como

ejemplo el caso de Radio Manantial, que fue una radio local pero que, actualmente, es una cadena que tiene varias radios, que produce programación de mucha calidad, contextualizaron el mensaje y han llegado a conseguir sus propios recursos para su sostenimiento, pero además han obtenido el permiso para el uso frecuencias en algunas ciudades.

La Cadena ALAS fue una idea maravillosa, sin embargo, Dairo Rubio hace un paralelismo con un pasaje de la Biblia en el que se explica que cuando alguien que va a edificar una torre, debe sentarse primero y hacer cuentas. Por eso, Dairo Rubio cree que cuando ya se montó la Cadena ALAS, tanto la Radio HCJB como TWR se dieron cuenta de que los requerimientos para poder sostener la producción y transmisión superaban los recursos que existían. Sin embargo, Dairo Rubio explica que a pesar de lo que cualquier persona piense, Dios tiene un propósito mayor y tiene un plan, en el cual las personas y la tecnología llegan en algún momento para aportar a ese proyecto que, básicamente es dar a conocer el mensaje de amor de Dios, a través del sacrificio de Jesucristo en la Cruz del Calvario y que existe la oportunidad de salvación para todo aquel que en Él cree.

Dairo Rubio considera que la Cadena ALAS en un principio cumplió con los objetivos que se fijó, sin embargo, él observa que se produce paulatinamente un debilitamiento en la producción de programas, sobre todo en el contenido de su mensaje, pero además no se realiza los seguimientos que se requieren para obtener los reportes de recepción de audiencia, porque no tuvo el personal ni los mecanismos para hacerlo. Adicionalmente, otro de los aspectos que se debe considerar que debilitó ALAS es que en la actualidad existe muchísima competencia de cadenas satelitales y también debido a las nuevas tecnologías, las radios pueden tomar programación de muy buena calidad a menor costo.

Sin embargo, Dairo Rubio considera que la Radio HCJB impactó en América Latina porque muchas radios y cadenas radiales cristianas tomaron como modelo la Cadena Satelital ALAS. Inclusive Dairo Rubio destaca que a pesar de esta experiencia TWR y WRMF continuaron desarrollando proyectos para radio en otras regiones geográficas y solamente la alianza en América Latina no continuó.

En entrevista al Dr. David Hormachea²⁸ señala que para él no existe otro medio de comunicación que haya influenciado más a América Latina y al Ecuador que HCJB. El Dr. Hormachea recuerda que los programas de radio que él realizaba eran escuchados en todos los países de esta Región, e hizo amigos en muchos lugares por esta razón. También conoce que muchos líderes de iglesias recibieron su entrenamiento teológico por medio de los programas de la Radio HCJB. El Dr. Hormachea dice: “Pastores de Panamá, Colombia, Perú, Costa Rica me han mostrado sus apuntes tomados a mano y cientos de cuadernos escritos, pues recibieron instrucción teológica en las ciudades y lugares más apartados a través de la Radio HCJB”.

El Dr. David Hormachea considera que lo esencial del mensaje fue la predicación del evangelio y la instrucción de la ética bíblica. A través del millón de watts de potencia literalmente HCJB influenció al mundo y para muestra un botón. El testimonio del Dr. Hormachea dice: “Yo escuchaba HCJB desde niño, cuando era joven fui productor voluntario de programas de radio, y en mi vida de adulto fui misionero en HCJB. Esta experiencia contribuyó a mi preparación para enseñar valores y ética bíblica, porque permitió que yo sea conocido en el mundo y actualmente impacto con mis conferencias en vivo a un promedio de 50.000 personas cada año. Y si se calcula que el mensaje que produzco lo escuchan solo mil radioescuchas por estación de radio por día, entonces, un millón doscientas mil personas me escuchan diariamente a través de 1200 estaciones de radio que transmiten estos principios y todo se inició con la instrucción bíblica que realizamos”.

El Dr. David Hormachea no cree que exista un mensaje pre-evangelístico y señala que: “Somos la sal y luz y todo lo que hacemos y decimos es parte del mensaje, sea que mencionemos la Biblia o a Cristo o no. Uno ‘siembra’ otro ‘riega’ y es Dios

²⁸ El Dr. David Hormachea de origen chileno, vivió junto con su esposa Nancy en Ecuador por 15 años, todos sus hijos nacieron en Ecuador. Obtuvo su Maestría en Artes del Ministerio y su Doctorado en Divinidades (Honoris Causa) en Biola University en La Mirada, California, en los Estados Unidos. En Ecuador inició su ministerio “DE REGRESO AL HOGAR”, con el cual ha servido a miles de personas. A través de este ministerio se ha brindado ayuda a muchas familias. El Dr. David Hormachea ha publicado 16 libros. Sus mensajes son escuchados actualmente en 1200 estaciones, y realiza más de 30 conferencias al año. Todos sus libros son de orientación familiar.

quien da el crecimiento. Uno presento buena música con buen contenido, otro comparte una receta de cocina, otro profesional cristiano da con consejo médico, un abogado enseña sabiamente la ley en un programa de radio, otro comparte su profesionalismo en su locución, otro entrega principios, otro realiza una exposición bíblica, y en todo ese conjunto se muestra pedazos del evangelio que transforma la vida y que se enseña a través de toda acción y palabra”.

El Dr. David Hormachea señala que, si alguien define a la comunicación cristiana como la “predicación de un sermón y de música de adoración y alabanza”, entonces él considera que esa persona no hace comunicación cristiana. Por lo tanto, el Dr. Hormachea señala que comunicación cristiana en radio se realiza a través de la programación diseñada para la comunicación de los valores y ética bíblica producida por cristianos profesionales que conocen, viven, enseñan y defienden la verdad bíblica; entonces ahí sí se está hablando de una auténtica comunicación cristiana. El Dr. Hormachea presenta como ejemplo su programa “UNO MAS UNO” y señala: “esta producción la hicimos con ALAS, en el que corresponsales entrevistaban a personalidades no cristianas, le piden opiniones y luego presento principios de ética bíblica sin mencionar la Biblia”.

Sin embargo, el Dr. Hormachea añade: “por un tiempo fui testigo..., quitaron mi programa que era uno de los más escuchados de la Cadena ALAS. Me dolió que lo quitaran, pero no respiro por la herida. Sin embargo, el profesionalismo indica que, un programa que mantiene altos niveles de sintonía no se quita rápidamente. Lo que supe es que, realizaron cambios drásticos, los cuales tal vez podrían haberse realizado paulatinamente para no afectar a una audiencia acostumbrada por años a programación con énfasis en la exposición bíblica y música cristiana”.

En entrevista Allan Graham²⁹ relata que sus programas de radio por onda corta fueron transmitidos para todo el continente americano, a Europa, Asia Pacífico y la India, inicialmente él recuerda haber recibido muchas cartas de la audiencia comentando la recepción de los programas, pero justo en los primeros años de los noventas, cuando

²⁹ Entrevista realizada en Agosto del 2014 a Allan Graham de procedencia estadounidense, quien vino al Ecuador en el Año de 1989 como misionero por 9 meses, para ser productor del Departamento de Inglés de los programas que se transmitían en onda corta. Allan Graham por varios años realizó esta actividad y luego fue el Director del Departamento y luego Director de Radio Internacional y en el año 2000 fue el Director de Radio Nacional. En el año 2004 inicia el área de entrenamiento en Radio.

comenzó a operar el correo electrónico, notó que bajó considerablemente el número de correo tradicional que recibía y un aumento la correspondencia electrónica. En esa época el proceso de comunicación con la audiencia tomaba normalmente quince días en llegar la carta a Quito- Ecuador y quince días más para que la audiencia recibiera respuesta a su carta.

Uno de los mayores cambios que observa Allan Graham en los procesos que ha tenido que enfrentar la Radio HCJB desde 1990, es que su audiencia comenzó dejar de escuchar onda corta, es decir una radio producida a distancia y prefirió escuchar su radio local, porque la radio comenzó a tomar su puesto dentro de las comunidades.

Por esta razón, él señala en los talleres de entrenamiento que dicta con la Radio HCJB transmite la siguiente idea: “una voz local puede tener mayor impacto en la comunidad que una voz que proviene de afuera, porque se puede establecer localmente una mayor conexión y relación con la audiencia”.

En contraste a la onda corta, Allan Graham considera que las nuevas tecnologías han cambiado la manera de hacer comunicación, pero lo que no ha cambiado es el concepto de producción y la necesidad de una preproducción en la que se piensa lo se va a decir, cómo va a decir y todo esto en base a la audiencia a quién quiere llegar con el mensaje. Pero la diferencia radical según Graham es que, las herramientas utilizadas para transmitir el mensaje están en constante cambio y han obligado a que los medios tengan una comunicación con su audiencia de manera inmediata.

Sin embargo, también Allan Graham motiva a los productores de las radios afiliadas³⁰ para que piensen que, su mensaje puede estar llegando a gente que no tiene acceso a nuevas tecnologías ya sea que, se encuentran en la ciudad o en la zona rural, no importa, todavía hay mucha audiencia que no tiene acceso a nuevas tecnologías pero aun quieren mantenerse en contacto las personas a quienes escuchan diariamente a través de las transmisiones radiales.

Allan Graham cuenta que cuando inició el área de entrenamiento de la Radio HCJB, se dio cuenta de que el 80 y el 90% del personal que realizaban las transmisiones a través de las radios que surgieron del proyecto de “Radio Planting” o plantación de radios y de las radios que pertenecían a la Cadena Satelital ALAS-HCJB, nunca habían recibido algún tipo de entrenamiento en comunicación. Entonces observaba que muchas

³⁰ Ver información sobre radios afiliadas en el Anexo #3.

veces trataban de imitar lo que escuchaban en otros tipos de emisoras o trataban de hablar como lo hacían en sus iglesias. Esto presentaba un problema complejo, ya que la audiencia de una radio no es necesariamente la audiencia de una iglesia. Por esta razón, los talleres “Hagamos Radio” que dicta la Radio HCJB, están enfocados en quienes tienen la pasión por comunicar y los prepara para transmitir el mensaje de la manera más clara y apropiada para el medio.

El entrenamiento que Allan Graham realiza no está destinado solo a desarrollar la comunicación de las radios afiliadas a la Cadena Satelital ALAS, sino a todas aquellas radios cristianas que imparten el evangelio de Jesucristo, sin embargo cuando la Radio HCJB realiza talleres de capacitación en una radio, siempre anima a que inviten a otros comunicadores de la localidad a para que se unan a estos talleres, con la finalidad de se difunda principios válidos para la transmisión de un mensaje a través de cualquier medio de comunicación.

Allan Graham comparte también su experiencia al entrenar a indígenas para comunicarse con su comunidad a través de radio, el observó a través de una ocasión que se realizó un evento para levantamiento de fondos en la Radio HCJB en Guayaquil, se invitó a pastores y líderes de las iglesias que participan en la programación de esa radio para que realizaran un programa bilingüe (español y Kichwa) en diferentes segmentos del día, durante tres días. Inicialmente se pensó que sería una locura, pero a la vez los productores mostraron unidad en el mensaje.

Este ejercicio de comunicación bilingüe dio una buena respuesta, porque animó mucho a los hermanos de habla Kichwa y también a los hermanos de habla hispana para tratar de entender que existe una comunidad bilingüe y bicultural muy grande en Guayaquil. Allan Graham señala que existen alrededor de 60 iglesias Kichwas en Guayaquil.

Finalmente, Allan Graham concluye que con todos los cambios que ha experimentado la Radio HCJB que en el siglo XX, época en que esta Radio era una “Voz grande” es decir de largo alcance, que transmitía en varios idiomas, en el siglo XXI ha tenido que cambiar para ponerse al lado de “vocecitas” es decir de las voces locales que no se ve como una voz grande desde afuera, pero que se ha constituido en la voz de la comunidad de cada lugar. Entonces se puede decir que la Radio HCJB ya no

quiere ser la voz desde afuera, sino que quiere animar y facilitar para que las voces locales tengan mayor impacto en sus comunidades.

Por eso, según Graham se podría decir que el rol de la Radio HCJB ya no es tanto el ser la hacedora de la comunicación, sino más bien con la experiencia adquirida por más de 80 años, busca ser la facilitadora y la asesora para conseguir que se produzca una comunicación más efectiva y optimizar los recursos de estas radios locales en beneficio de la sociedad a la que pertenecen y no solo para la comunidad cristiana, a través de una programación que no viene desde lejos, con un sabor extranjero sino que es producida con sabor propio y local.

En entrevista a Darly Toncel³¹ entrenador de ALAS-HCJB relata que la capacitación inicial que él obtuvo desde 1988 en del Centro Cristiano de Comunicaciones³² le brindó la oportunidad de prepararse formalmente en las áreas de producción de radio, televisión y prensa escrita. A partir de esta capacitación adquiere una nueva visión sobre las comunicaciones y toma la decisión de retornar a su país Colombia, a la zona de la costa atlántica y desde ahí inicia un proceso de servicio de trabajo con la iglesia evangélica de la localidad, con la finalidad de que miembros de comunidad puedan llevar el mensaje del evangelio con mayor eficacia.

Con esta experiencia, Toncel señala que se vinculó con el programa de Radio Planting de HCJB en Quito-Ecuador, cuyo objetivo era apoyar a iglesias y comunidades evangélicas que puedan tener radios locales para la transmisión del mensaje del evangelio. Este proyecto provee de equipos de transmisión para radio, programación vía satélite de la Cadena ALAS-HCJB, asistencia técnica, entrenamiento y capacitación a hombres y mujeres en el área de las comunicaciones a través de radio, principalmente en temas de locución, producción y programación.

La capacitación señala Toncel se realiza en talleres que se programan cada año después de hacer un diagnóstico de la necesidad que tienen las comunidades y la radio que administran. La capacitación se da no solo enfocada a nivel de comunicaciones o tecnología, el interés es también fortalecer la parte espiritual de los líderes y productores que están al frente de las comunidades y de la radio. La idea es que quienes están en el

³¹ Entrevista realizada el 1 de Agosto del 2014

³² Centro Cristiano de Comunicaciones fue un Instituto de estudios formales en Comunicación fundado por HCJB en Quito-Ecuador.

liderazgo y en la producción del mensaje sean capacitados para que puedan a su vez instruir a otros miembros de la comunidad.

Darly Toncel ha sido parte de proyectos en los cuales la Radio HCJB ha contribuido tecnológicamente y con capacitación para el surgimiento de radios en el territorio ecuatoriano. Estas radios no son propiedad de la Radio HCJB, sino que está totalmente bajo la administración de comunidades cristianas en diferentes localidades, quienes han obtenido una licencia de funcionamiento otorgada por el Gobierno ecuatoriano.

Esta iniciativa se ha extendido a toda América Latina, pero en su experiencia dentro de los proyectos Toncel señala que, la Radio HCJB ha encontrado que la necesidad primaria es la capacitación integral para el profesionalismo de su liderazgo y de los productores de estas radios, con el objetivo de que en el momento de transmitir su mensaje sea de calidad y tenga un enfoque adecuado para su audiencia.

Para Toncel la Radio HCJB cree en el talento que existe en América Latina y considera que se puede generar un cambio en una sociedad que tanto necesita del mensaje de Jesucristo, que no se trata de un mensaje religioso, sino de un mensaje transformador que cambia la vida de las personas, de las familias y del país.

Luis Santillán³³ Director del Departamento Kichwa de la Radio HCJB en Ecuador, relata que en 1997 ingresó a prestar sus servicios en la Radio, en ese tiempo la onda corta todavía tenía mucha fuerza y alcance. La Radio HCJB tenía dos frecuencias que eran 3220 y 6080. Con esas frecuencias se tenía una cobertura a nivel nacional y adicionalmente existían otras dos frecuencias que daban cobertura a Perú y Bolivia, por lo tanto, se podría decir que se tenía un alcance regional con la finalidad de llegar a los pueblos de habla Kichwa y a los de habla Kechwa.

Para el año 2000 la onda corta ya no tenía la cobertura de años anteriores, por lo cual la Radio HCJB toma la determinación de apoyar a comunidades indígenas evangélicas, para iniciar radios a través de las cuales se pueda transmitir el mensaje.

Para estos proyectos las comunidades indígenas gestionaron directamente con el Gobierno ecuatoriano, la obtención de sus propias frecuencias de radio. Un ejemplo es la Radio Punto en Ibarra, que son comunidades indígenas que se organizaron y que

³³ Entrevista realizada a Luis Santillán en Septiembre del 2014

recibieron la asistencia técnica y capacitación para que puedan desarrollar el medio de comunicación para su comunidad. La comunidad de Chirihuasi en Ibarra montó un estudio de grabación grande en el cual se producen los programas que se transmiten en la Radio Punto. La Radio Cristiana de los Kichwas Chasquis del Norte, en Cotopaxi Radio Illuchi, en Chimborazo hay tres radios Kichwas, en Cañar Radio Ingapirca, en Loja Jesús en Buen Pastor, la Radio Interoceánica que está ubicada en Shell. Básicamente la Radio HCJB ha ayudado para el surgimiento de estas radios con el fin de que los pueblos Kichwas sigan receptando la información y el mensaje, pero a través de radios que son propias de la comunidad, con producción local.

Este cambio fue paulatino y para las comunidades que desarrollaron afecto con el mensaje transmitido por la Radio HCJB, fue difícil aceptar que no escucharían más la señal de esta radio por onda corta, pero poco a poco han entendido el valor que tiene la producción local. A través de estos proyectos el efecto que se observa es que las comunidades se han fortalecido y han crecido por si mismas tanto en la comunicación, como en su fe. Se puede ver que ellos levantan sus propios fondos para el mantenimiento de su radio y brindan su aporte humano que les permite desarrollar un sentido de pertenencia.

Lo que le parece interesante a Luis Santillán es que cuando estas comunidades saben que la Radio HCJB tiene su radiotón, evento en el cual levanta fondos para su funcionamiento, comunidades Kichwas desde Ibarra, Tungurahua y Cotopaxi se movilizan a Quito para brindar su apoyo y contribución. Santillán señala que ha podido identificar que dentro de estos grupos que visitan las instalaciones de la Radio HCJB durante la programación también han participado Kichwas que aunque no profesan ser cristianos, están agradecidos por la programación que reciben en sus localidades, sea a través de las frecuencias AM de la Radio HCJB o sea a través de las frecuencias de las radios que han surgido en sus comunidades.

La programación que transmite HCJB en Kichwa, busca brindar información sobre el acontecer diario en Ecuador, sobre la cultura, música folclórica, también temas sobre educación, salud, eventos de las comunidades y festividades pero sobre todo se transmite el mensaje bíblico y temas para la edificación de la Iglesia y su liderazgo. Santillán destaca como importante que la Radio HCJB mantiene el micrófono abierto para que el pueblo Kichwa transmita su mensaje, sus inquietudes, y muchas veces se

comunique con sus parientes que se encuentran fuera el Ecuador, la ventaja es que la señal se transmite a través del internet y se ha podido evidenciar a través de mails que existe Kichwas en Estados Unidos y en Europa, que están escuchando estos mensajes.

En la provincia de Pichincha existe por lo menos 100 comunidades cristianas Kichuas que se han podido registrar, sobre todo comunidades que viven en Cayambe y muchas de ellas vienen a los estudios y participan directamente en los programas que produce la Radio HCJB, señala Luis Santillán.

En entrevista realizada a Fernando Lay³⁴, Pastor coordinador de la Iglesia Iñaquito ubicada en Quito – Ecuador, nos explica que además de su actividad pastoral, él es comunicador y ha tenido la oportunidad de participar en algunas de las producciones transmitidas a través de la Radio HCJB. El Pastor Lay relata que tenía conocimiento de la existencia de la Radio HCJB desde 1960, la misma que se escuchaba en Perú su país natal a través de la onda corta, mayormente en el interior del País, en la selva y en la serranía. Esta emisora era conocida como una radio de carácter internacional, de las pocas que llegaba y cubría una gran extensión en el continente americano.

El Pastor Lay al venir a vivir a Quito en 1987 y colaborar con la Radio HCJB pudo observar que este medio de comunicación masiva ha servido eficazmente en la difusión del evangelio, esto ha fortalecido y ha acompañado a la labor eclesiástica, ya que muchos creyentes que han llegado a las iglesias han sido primeramente evangelizados y edificados en su vida espiritual a través del mensaje transmitido por la Radio HCJB. El Pastor Lay ha podido evidenciar esto debido a que la Iglesia que preside, se encuentra geográficamente al frente de las instalaciones de la Radio y mucha gente necesitada ha sido direccionada por los personeros de la Radio HCJB a buscar una iglesia que le brinde ayuda y consejería, una de ellas ha sido la Iglesia de Iñaquito. Este direccionamiento se debe a que la Radio HCJB nunca ha tenido la fusión de fundar iglesias y comunidades, ni tampoco las ha solventado.

A pesar del alcance que ha tenido la Radio HCJB, el Pastor Lay cree que muchos oyentes de este medio no han llegado a involucrarse o ser parte de la comunidad de una iglesia, pero si cree que los oyentes respetan a la Radio HCJB por su trayectoria

³⁴ Entrevista realizada al Pastor Fernando Lay en mayo del 2014

histórica, en la que ha tendido puentes a nivel cultural y se ha producido un diálogo con una sociedad que considera valioso el mensaje transmitido con integridad y por la sobriedad de su información. Por esto, la gran virtud de esta Radio ha sido llegar con el mensaje de la Biblia a personas que no han pisado un templo y jamás lo harán.

Para el Pastor Lay es muy importante crear interés de la audiencia hacia el mensaje evangelístico y por esa razón, mucha gente ha escuchado en algún momento la Radio HCJB. El problema para el Pastor Lay radica en la captación de la fidelidad de la audiencia, ya que la radio puede informar al intelecto, inspirar emociones momentáneamente, pero no necesariamente puede convertirse en una vivencia constante que responda a sus preguntas existenciales y establezca una relación personal.

4.5. Compendio

De la información registrada durante la investigación se observa que, después de la “caída del Muro de Berlín” se considera realizar cambios en la comunicación de la Radio HCJB, esto se observa en la determinación de descentralizar la comunicación que se producía desde el Ecuador y que estuvo dirigida hacia las culturas de las naciones. Con los cambios políticos que se generan por la “globalización”, la Radio HCJB encuentra oportunidades para comunicar el evangelio desde y a través de las culturas; por esta razón, toma la determinación de comenzar proyectos de cooperación y desarrollo local en diferentes regiones del mundo, donde se encuentran comunidades de creyentes que quieren asumir el reto de comunicar el evangelio a través de radio para su localidad y para su cultura en cada nación.

Se identifica que con la inserción del “nuevo orden económico internacional”, los cambios económicos-financieros y monetarios a nivel mundial producen una reducción en el presupuesto que maneja la Radio HCJB para el desarrollo de su ministerio desde el Ecuador y en el Ecuador. Por esto se observa que, no solo se descentraliza la comunicación, sino también se descentraliza la administración e inversión económica. Por lo tanto, se identifica que uno de los efectos que produce la “globalización” en esta organización es el fraccionamiento de los recursos operativos de la Radio HCJB y se produce una redistribución de estos recursos para el mantenimiento y desarrollo de proyectos de comunicación en las diferentes regiones geográficas.

A partir de estas determinaciones, se observan cambios en la comunicación de la Radio HCJB, que se produce en tres “instancias”. En la “primera instancia” se determina la inversión tanto de recursos económicos, así como la inversión de conocimiento especializado en el desarrollo de equipos tecnológicos que faciliten el surgimiento de “nuevos modos de producción y circulación de información”. En esta instancia la Radio HCJB alcanza sus objetivos debido a que cuenta con personal capacitado y especializado en el desarrollo tecnológico, pero además este personal al haber tenido la oportunidad de trabajar en diferentes países, tuvo la experiencia para entender la realidad de las diferentes regiones geográficas. Como efecto se logra desarrollar equipos tecnológicos para radiodifusión local, tan compactos que podían ser transportados en una maleta y eran de fácil instalación, por lo tanto más accesibles.

En la “segunda instancia” la Radio HCJB determina invertir sus recursos económicos, tecnológicos y sobre todo humanos para dar impulso a proyectos de cooperación que posibiliten el desarrollo de radiodifusión local en diferentes naciones. La causa de esta determinación es la inserción de sistemas modernos que permiten “nuevas formas de producción y circulación de la información”. En este movimiento existen avances considerables y trascendentales para la comunicación, porque personal de la Radio HCJB especializado, entrenado y experimentado en comunicaciones es movilizado a las diferentes regiones, inicialmente para dar soporte administrativo, tecnológico, comunicacional, pero sobre todo espiritual al personal de las radios locales que surgían progresivamente con la participación de comunidades cristianas en diferentes regiones. Las comunidades de creyentes fueron quienes solicitaron los permisos gubernamentales para la transmisión radial, asumieron el control y administración de los medios radiales que fueron instalados.

Al parecer la Radio HCJB alcanza sus objetivos en este movimiento porque el personal movilizado en su mayoría era nativo de esas regiones y tenía conocimiento de la cultura y el lenguaje. El equipo humano contaba con personal especializado en las áreas de instalación de tecnología así como del manejo de los equipos, también tenía instrucción en teología, comunicación, administración; pero sobre todo habían desarrollado destrezas y madurez para la comunicación del evangelio en el contexto multicultural de la Radio HCJB en el Ecuador. El efecto que se observa en este movimiento fue que, tanto el desarrollo tecnológico como el personal especializado,

lograron acoplarse al nuevo contexto para el desarrollo de la comunicación cristiana y es por eso que surge un nuevo ministerio que es la “plantación de radios o Radio planting”.

En la “tercera instancia” se observa que después de la inversión de conocimiento especializado y la inversión económica que la Radio HCJB realiza en diferentes regiones geográficas, se toma la determinación de no expandirse más como organización en el Ecuador y la producción radial de sus frecuencias AM y FM se destina a una audiencia local.

Simultáneamente se observa que, junto con la “plantación de radios o Radio planting”, se busca en América Latina iniciar otros ministerios como la distribución de programación producida en Ecuador a través de la Cadena Satelital ALAS y se determina establecer alianzas estratégicas con organizaciones similares a la Radio HCJB, con la finalidad de dar soporte a la gestión de “Radio Planting” y a las iniciativas de comunidades cristianas para el desarrollo de la comunicación radial en los países de esta región. También se da impulso a un programa de capacitación no formal en radio llamado “Hagamos Radio”, con la finalidad de dar entrenamiento básico al personal de las radios afiliadas a la Cadena ALAS, con el fin de que puedan operar los equipos de radio y puedan producir programación propia.

En esta “instancia”, la Radio HCJB en Ecuador y en América Latina también realiza una apreciable inversión de sus recursos humanos, tecnológicos y económicos, sin embargo:

- No se observa en ese momento el contexto social y comunicacional de los Estados en América Latina. Entonces, los ideales que se establecieron con el fin de alcanzar la “utópica” integración de las naciones a través del “nuevo orden” económico e informacional, se convierten en una cortina de humo que no permiten a los funcionarios de la Radio HCJB, evaluar con claridad su rol ante la verdadera situación de los Estados de esta región. La mayoría de los Estados en la década de 1990 no habían resuelto sus problemas básicos de salud y educación. Adicionalmente, en diferentes estratos de los Estados, la corrupción no facilitaba la gestión de proyectos de cooperación, porque no existían ni políticas, ni legislación que den soporte a iniciativas y a la inversión para el desarrollo comunicacional. Por lo tanto, el panorama de

la mayoría de países de América Latina no se presentaba favorable para desarrollar proyectos de cooperación autosustentables.

- Dentro de las determinaciones se prioriza la producción de programación “pre-evangelística” y secular, se eliminan programas enfocados para el desarrollo integral de su verdadera audiencia; y junto con estas determinaciones, se elimina personal especializado que establecía lazos de comunicación y pertenencia con la audiencia.
- El proyecto ALAS en América Latina contó con personal capacitado para la instalación de equipos de transmisión, de recepción radial vía satélite y producción digital, por lo tanto con éxito se insertó “nuevos modos de producción y circulación de la información en América Latina. Con la legalización para el funcionamiento de las radios locales administradas por comunidades cristianas en la mayoría de países de América Latina, posibilitó que estas radios puedan ser parte de la “red alternativa de información” de la Cadena Satelital ALAS. Pero se observa que, no existe en la mayoría de estas radios locales personal especializado para establecer mecanismos de control y seguimiento de la comunicación en la red. Por lo tanto, tan solo se llega a conformar una cadena de información unidireccional, que transmite producción realizada en la Radio HCJB en Ecuador; adicionalmente, no existe la posibilidad de evaluar con claridad los efectos que tuvo esta Cadena en la década de 1990 y a principios del siglo XXI e inclusive tampoco se puede observar si existió un verdadero desarrollo de la comunicación, por insertar el sistema de transmisión satelital en la comunicación de la Radio HCJB.

5. Conclusiones

De la información teórica recopilada en esta investigación, así como de los relatos obtenidos concluyo lo siguiente:

En el proceso que la Radio HCJB atraviesa a partir de 1990 existe una “ruptura”, que produce cambios fundamentales en la comunicación de este medio radial masivo. Las causas de esta “ruptura” son: en primer lugar, la determinación de cambiar las políticas institucionales que inciden principalmente en la estructura económica y en el sistema de comunicación de la organización. En segundo lugar, la determinación de insertar nuevas tecnologías y técnicas para la producción y circulación de su mensaje, inciden en la relación que establece con los miembros de su organización y con la colectividad a nivel mundial.

Partiendo de estas causas y de las determinaciones observadas específicamente en América Latina concluyo que, la Radio HCJB forma una “red alternativa de información” a través de la Cadena Satelital ALAS, descentraliza su comunicación original y desarrolla una comunicación más bien tecnológica. Con la producción radial que realiza para esta “red” la Radio HCJB cambia la “esencia” de su comunicación original y pierde la especificidad de su mensaje, porque marginaliza la instrucción del evangelio que es el elemento fundamental para el desarrollo de una “auténtica” comunicación cristiana y adopta modelos de producción de información general y pre-evangelística. A la vez, concluyo que la Radio HCJB con la intencionalidad de alcanzar una audiencia juvenil y secular, margina la audiencia que antes de los cambios había alcanzado.

De la reflexión sobre los cambios en la comunicación concluyo que, toda tecnología que se utilice para el desarrollo de la comunicación está sujeta a cambios constantes, pero el verdadero progreso de la “auténtica” comunicación está en su intencionalidad. En la comunicación cristiana la instrucción del evangelio tiene la intencionalidad de ser la guía que da claridad al pensamiento, da esperanza al alma en todo tiempo y está dirigido a todos, no solo a un segmento de la sociedad. Por eso, la comunicación fundamental del evangelio declara: “Porque de tal manera amó Dios al mundo, que ha dado a su Hijo unigénito, para que todo aquel que en él cree, no se

pierda, mas tenga vida eterna. Porque no envió Dios a su Hijo al mundo para condenar al mundo, sino para que el mundo sea salvo por él.” Amen. (Juan 3:16-17)

BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Zygmunt, “*La Globalización. Consecuencias Humanas*”, traductor en verso castellano. Daniel Zadunasky- 2da., México, Fondo de Cultura Económica, 2001.
- Carpio, Mauricio, “*Radio y vida cotidiana: usos y sentidos en el ámbito doméstico*”, (Tesis de Maestría), Universidad Andina Simón Bolívar, 2006.
- Castells, Manuel, “Panorama de la Era de la Información en América Latina: ¿Es sostenible la globalización?”, en Fernando Calderón (Coor.), “*¿Es sostenible la globalización en América Latina? Debates con Manuel Castells*”, Vol. II, Nación y cultura. América Latina en la Era de la Información, Fondo de cultura económica, 2003.
- Contreras Baspineiro, Adalid, “*SENTIPENSAMIENTOS de la comunicación-desarrollo a la comunicación para el vivir bien*”, Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador, Ediciones La Tierra, 2014.
- Gumucio Dagrón, Alfonso, “El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social”, en *Investigación y desarrollo*, Vol. 12, No.1, Universidad del Norte, Colombia, 2004.
- Díaz Nosty, B., “El nuevo continente Virtual”, en *Fundación Telefónica, “Tendencias 07 medios de comunicación el escenario iberoamericano*”, Editorial Ariel, Barcelona, 2007. <http://goo.gl/41Y7Vt>
- Fernández Parratt, Sonia, “La Glocalización de la Comunicación”, en la revista *AMBITOS* No. 7-8. 2ª semestre 2001 – 1º Semestre 2002.
- García Gago, Santiago, “*Manual para radialistas Analfatécnicos*”, UNESCO, Radialistas.net y Radioteca.net, Quito – Ecuador, 2010.
- Haye, Ricardo, “Noticias de un medio cautivante Otro siglo de radio”, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2003.
- Kaplún, Mario, “El comunicador Popular”, Ciespal-Cesap-Radio Netherland, Colecciones Intiyan, Ediciones Ciepal, Quito-Ecuador, 1985.
- López Vigil, José Ignacio, “*Manual urgente para radialistas apasionados*”, Quito-Ecuador, Mayo de 1997.

- Martín-Barbero, Jesús, “Pistas para entre-ver medios y mediaciones”, en *revista Signo y Pensamiento #41*, Departamento de Comunicación, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Universidad Javeriana, Bogotá 2002(a)
<http://www.javeriana.edu.co/signoypp/pdf/4102.pdf>
- “Oficio de Cartógrafo Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la Cultura”, México, Fondo de Cultura Económica, 2002(b).
- Mata, María Cristina, “Comunicación Popular continuidades, transformaciones y desafíos”, en *revista Oficios Terrestres*, Centro de Estudios avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina 2011.
- MacBride, Sean y otros, “*Un solo mundo voces múltiples comunicación e información en nuestro tiempo*”, Fondo de cultura económica, México, 1980.
- McLuhan, Marshall, “*La comprensión de los Medios*”, Diana, México, 1969.
- Ortiz Crespo, G., “La información y la Comunicación en la era de la integración y la globalización”, en “*La integración Regional y los medios de Comunicación: implicaciones y desafíos*”, CEFIR, 1995, <http://goo.91/7iu4r4>.
- Romero Caro, Manuel, “La integración y la creación de redes y cadenas de medios de comunicación e información”, en “*La integración Regional y los medios de Comunicación: implicaciones y desafíos*”, CEFIR, 1995, <http://goo.91/7iu4r4>.
- Rubio Gamboa, Dairo, “*En las Alas de la Fe la historia, el ministerio y el desafío de la Cadena ALAS, Radio Internacional por satélite*”, WRMF, Quito, 2004.
- Simpson Grinberg, Máximo, “Comunicación alternativa y democracia entre la ‘Vanguardia’ y la teoría de la dependencia” en “Nueva sociedad Nro. 71, Marzo-Abril de 1984. <http://goo.gl/VuRZ6k>
- Winocour, Rosalía, “*Ciudadanos mediáticos: la construcción de público en la radio*”, Gedisa, Barcelona, 2002.
- World Radio Missionary Fellowship (WRMF), “*Una visión compartida*”, Imprenta Vozandes, Quito, 1991.
- World Radio Missionary Fellowship (WRMF), “*Around the World*”, Pacific Graphic Arts Center, Fresno – California, Winter 1995.
- Wolton, Dominique, 2000, *Internet, ¿Y Después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*, Barcelona, Editorial Gerdisa, Pág. 11-225.

ANEXO #1

Redes de comunicación vía satélite para América Latina

Las transmisiones vía satélite para radio a partir de 1988 se desarrollan en América Latina a través de redes como la Sociedad Latinoamericana de Radiodifusión (SOLAR). Esta Red estaba integrada por cinco redes de emisoras de los países andinos. SOLAR realizaba transmisiones diarias en forma simultánea y en directo se transmitía programación noticiosa, información económica, política, y cultural de la región. Esta red inclusive transmitió información ininterrumpida sobre la guerra entre Perú y Ecuador en enero y febrero de 1995. (Ortiz Crespo, 1995:8)

Otras organizaciones señaladas por Ortiz Crespo son:

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) distribuye un programa semanal de noticias y comentarios sobre acontecimientos y cultura a cerca de 100 radios educativas en América Latina y se encuentra preparando un servicio de enlace satelital.

En diciembre de 1994, ocho organizaciones que tienen que ver con comunicación radiofónica popular en América Latina formaron una comisión permanente de coordinación con sede en Quito, Ecuador. Son las ya mencionadas AMARC y ALER, además de UNDA (Asociación Católica Latinoamericana para la Radio, la Televisión y Medios Afines), FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social), CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina), FIP (Federación Internacional de Periodistas), Radio Nederland Training Center, PROA (Asociación Latinoamericana de Comunicación Grupal) y WACC (World Association of Christian Communications). Sin renunciar a la personalidad y dinámica de cada institución, el grupo busca coordinar sus trabajos de capacitación, investigación y producción y realizar proyectos conjuntos... (Ortiz Crespo, 1995:8)

ANEXO #2

Cuestionario para afiliadas a la cadena satelital ALAS

Las siguientes preguntas tienen como propósito conocer el aporte que realiza la Radio HCJB en el sistema de cooperación que despliega con radios en diferentes países. Agradecemos su cooperación al darnos su información.

Nombre: _____

Género: F ____ M ____ Edad ____

Nombre de la Institución en la que usted labora:

Cargo que desempeña:

¿El medio en el que usted trabaja en qué país está ubicado? _____

¿Qué zona geográfica cubre? Urbana _____ Rural _____ Internacional _____

¿Cuál es la misión del medio para el cuál usted trabaja?

¿Cuál es la visión del medio?

De los siguientes temas, por favor ¿indique en cuál o en cuáles su audiencia tiene mayor interés?

TEMA	SÍ	NO
Temas espirituales y bíblicos		
La pobreza extrema y el hambre		
La enseñanza de niños		
Equidad de Género		
El desarrollo de la Mujer		
Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años		
Mejorar la Salud materna		
Problemas de salud como el VIH/SIDA, el Paludismo y otras		

Enfermedades		
La sostenibilidad del medio ambiente		
Fomentar la Alianza mundial para el desarrollo		

El entrenamiento que usted recibe de HCJB ¿En qué área contribuye al desarrollo de su labor?

Y en ¿Qué sentido contribuye en el desarrollo del medio en el que usted labora:

¿Considera que este aporte de HCJB contribuye a su comunidad? Por favor, indique en qué manera contribuye

ANEXO #3

Información de Radios afiliadas a la Cadena ALAS-HCJB

Durante un taller de entrenamiento para producción radial dirigido a radios afiliadas a la Cadena satelital ALAS, realizado en las instalaciones de la Radio HCJB en Quito el 1 de agosto del 2014, se realizó entrevistas a profundidad a representantes de estas radios.

Marcos Barraza, Comunicador Social, vive en la ciudad del Paso ubicada en Texas- Estados Unidos. Barraza es el Director de Operaciones de Radio Mannatial, medio que transmite a la región fronteriza de Estados Unidos con México. La programación de esta radio es principalmente musical, pero tiene como uno de sus objetivos principales la instrucción del evangelio; esta radio se caracteriza por ser muy amigable y llegar a personas que aún no tiene conocimiento de la Biblia o todavía no tienen una relación personal con Jesucristo, pero también busca fortalecer a aquellos que tienen esa relación. La Radio Manantial tiene una licencia para ser una radio educacional y es una organización sin fines de lucro, que no pertenece a un solo dueño, sino que es una junta quien la dirige. Esta radio se sostiene en base a donativos de la audiencia y otros donantes.

Radio Manantial es una de las radios afiliadas a la cadena satelital ALAS-HCJB, por lo cual personeros de Radio Manantial participan constantemente en talleres de capacitación que le ofrece la Cadena. Lo que destaca Barraza es que estos talleres le abren la posibilidad de formar redes de cooperación con radios colegas. Adicionalmente, señala que ALAS-HCJB no solo les ha aportado con capacitación, sino también con equipos, asesoría y sobre todo con programación, la que a criterio de Barraza contribuye a que el mensaje transmitido por Radio Manantial sea atractivo y vaya posicionándose más en la mente de la audiencia y lo que ha observado es que, esta misma audiencia es quien sugiere a sus familiares y amigos que escuchen la programación que Transmite Radio Manantial.

Kenny Laso de Arequipa-Perú, es funcionario de la Radio Arequipa Visión 102.9, que es una emisora que tiene de existencia 15 años, su licencia es Educativa, forma parte de la comunidad cristiana evangélica de Arequipa que también tiene un

canal de televisión. La programación de esta radio es musical, con un contenido de magazine que contiene información dinámica, que principalmente llegan a personas que no tienen conocimiento de Bíblico y les da a conocer sobre Jesucristo.

Para Kenny Lazo, es Abogado especializado en comercio exterior, realiza investigación de mercados y se capacita en comunicaciones al momento. El mensaje que se transmite a través de Radio Arequipa Visión es muy relevante y trasciende, porque tanto la música y el contenido de los programas. Lazo señala que con su propia vida puede evidenciarlo, ya que cuando aún él no era parte de la Radio Arequipa Visión, tomó la decisión de acercarse a la Radio y conocer a quienes transmitían los programas y de esta manera se involucró primeramente con la comunidad cristiana y luego con la labor de Radio.

Kenny Lazo recibe capacitación en comunicación a través de los talleres que dicta la Cadena ALAS-HCJB. Él considera que el aporte que se realiza en estos talleres es muy valioso y destaca que los personeros de la Cadena ALAS-HCJB no lucran a través de la asesoría o la capacitación sino que, más bien son un aporte para grupos cristianos que quieren desarrollar comunicación de calidad en sus comunidades.

Freddy Mora desde los 14 años trabaja en radio, se ha especializado en Marketing y trabaja en Radio como productor. También brinda asesoría a radios pequeñas del Sur de Ecuador y del oriente. Él considera que la capacitación y los programas que realiza la Cadena ALAS-HCJB son muy importantes, porque la Radio HCJB es conocida a nivel internacional y ha logrado a través de los años posicionarse en América Latina. Freddy Mora considera que se requiere de mucho sacrificio y trabajo lograr posicionar una marca como la Radio HCJB en la mente de las personas de diferentes países, pero además el mérito es lograr que medios de comunicación en toda América Latina se adhieran y que juntos caminen es realmente trascendental.

Erick Herrera de Honduras, más de 15 años trabaja en la Radio Voz Evangélica de Honduras que transmite por la frecuencia AM (La radio tiene 54 años de transmisión) y trabaja también en la Radio Viva Stereo que transmite por la frecuencia FM (La radio tiene más de 20 años) transmite desde Tegucigalpa. Erick Herrera es

Director Ejecutivo de la Radio Viva Stereo; estas radios tienen licencia educativa. Erick Herrera se ha especializado en producción de radio principalmente a través de la práctica.

Herrera asegura que muchas personas que son la audiencia de la Radio Voz Evangélica, dan testimonio de que el mensaje que han escuchado a través de esa Radio cambió su vida y algunas aseguran que “salvó su vida”. Erick Herrera considera que la radio es solo un canal que usa Dios para dar a conocer a la gente el significado de la salvación en Jesucristo.

ALAS-HCJB por más de 12 años ha brindado a Radio Voz Evangélica de Honduras asesoría y entrenamiento en radio. La Radio Voz Evangélica de Honduras reconoce y agradece el esfuerzo que la Cadena ALAS-HCJB ha realizado en su función misionera, para brindar soporte en la comunicación del mensaje del evangelio. Este esfuerzo por parte de los funcionarios de la Radio HCJB, ha significado en muchas ocasiones dejar de lado inclusive situaciones personales, con la finalidad de que las radios afiliadas a la Cadena podamos llevar un mensaje de calidad a la comunidad, sin estar de por medio intereses económicos.

En encuesta realizada a siete radios de la Cadena Satelital ALAS-HCJB para esta investigación se obtuvo los siguientes datos:

Seis de las siete radios tienen como objetivo principal transmitir el mensaje bíblico, pero solo Radio Manantial señala que su objetivo primario es la enseñanza bíblica. Con respecto a temas sociales: 3 radios registran que tratan temas sobre la pobreza; 5 radios tratan temas sobre la enseñanza para niños; 2 tratan sobre equidad de género; 5 tratan temas sobre el desarrollo de la mujer; 2 abordan temas para la reducción de la mortalidad de niños menores de 5 años; 4 radios tratan temas sobre salud materna; 3 tratan sobre enfermedades infectocontagiosas; temas sobre la sostenibilidad del medio ambiente son abordados por 2 radios; y 2 radios tratan temas para fomentar el desarrollo.

En el cuestionario³⁵ que se aplicó a las radios afiliadas a ALAS-HCJB se les preguntó:

³⁵ Ver Anexo #2

El entrenamiento que usted recibe de HCJB ¿En qué área contribuye al desarrollo de su labor? Y en ¿Qué sentido contribuye en el desarrollo del medio en el que usted labora?

Entre los aspectos importantes los encuestados destacan:

- Es valiosa y oportuna la conexión que se establece durante los talleres con representantes de radios de diferentes países, lo que les permite intercambiar información y establecer alianzas estratégicas.
- Para todos los encuestados es importante el asesoramiento que reciben cuando asisten a los talleres que organiza la Cadena ALAS-HCJB, ya que la información que reciben es efectiva para el desarrollo de la producción, locución y programación, sobre todo porque ven que el contenido de los programas que producen mejora cada vez más en el contenido y calidad.
- En los talleres de la Cadena ALAS –HCJB se provee a sus asistentes de herramientas de investigación que, aplicadas en las diferentes localidades son de ayuda para que puedan entender los productores de programas, quiénes son su audiencia y cómo desarrollar formas de interacción con la comunidad.
- Los encuestados señalan que en los talleres de la Cadena ALAS-HCJB, no solo reciben instrucción intelectual y técnica, sino también espiritual.

¿Considera que este aporte de HCJB contribuye a su comunidad? Por favor, indique en qué manera

- La Radio HCJB produce programas que educan, enseñan, evangelizan y da un enfoque claro de los temas que trata.
- La instrucción que da la Radio HCJB a través de sus programas tiene énfasis en la Biblia y a través de sus valores busca la excelencia de los comunicadores y su audiencia.
- El enfoque misionero que tiene la Radio HCJB ayuda a los productores y representantes de las radios afiliadas a entender la importancia de ser comunicadores del mensaje de Jesucristo a través de los programas.